

Pedro Arthur Siqueira Veloso

Lacuin.h.

Uma plataforma para quadrinhos independentes

Universidade Federal do Rio de Janeiro
Escola de Belas Artes
Graduação em Comunicação Visual Design
Orientação: André de Freitas Ramos

Rio de Janeiro, 2020

Agradecimentos

Dedico os agradecimentos primeiramente aos meus pais, Ana Paula e Jayme Jorge, que me apoiaram ao longo da vida e me forneceram todos os investimentos e oportunidades que tornaram toda a minha trajetória de estudos possível. Este trabalho final que veio do meu interesse por quadrinhos e leitura não existiria sem a influência e incentivo das minhas irmãs Ana Carolina e Ana Clara.

Agradeço aos amigos William Rabello e Victória Molgado que me acompanharam desde o início dessa trajetória do curso de Comunicação Visual Design. Também à amiga Evelyn Naomi que me ajudou nessa reta final de conciliação de estudos e trabalhos.

Resumo

Projeto de elaboração de uma plataforma digital para leitura e publicação de histórias em quadrinhos (HQs) independentes. O objetivo desse projeto é a criação de uma plataforma nacional que possa solucionar o problema enfrentado tanto por autores brasileiros e independentes de HQs ao tentarem crescer e monetizar suas publicações dentro de um meio digital, quanto por leitores que enfrentam barreiras na hora de consumir e compartilhar essas publicações. Para isso, foi realizada uma pesquisa sobre o cenário de histórias em quadrinhos independentes no Brasil e sua relação com as mídias digitais, assim como a utilização de princípios de Design Thinking e Metodologia Lean para o desenvolvimento do projeto de um mínimo produto viável (MVP) para a validação de uma plataforma digital móvel, contando com identidade visual e interface.

Palavras-chave: Histórias em Quadrinhos, Produção Independente, Plataforma Digital, Autor, Leitor, Usuário, Design de Experiência, Design de Interface, Móvel.

Abstract

Project to develop a digital platform for reading and publishing independent comic books. The objective of this project is to create a national platform that can solve the problem faced by both Brazilian and independent comics authors when trying to grow and monetize their publications within a digital environment, as well as by readers who face barriers when consuming and sharing those same publications. For this, a research about the scenario of independent Comics in Brazil and its relationship with digital media was made, as well as the use of principles of Design Thinking and Lean Methodology to develop the project of a minimum viable product for validation of a mobile digital platform, with visual identity and interface.

Keywords: Comics, Independent Production, Digital Platform, Author, Reader, User, Experience Design, Interface Design, Mobile.

SUMÁRIO

Introdução	6
1. Quadrinhos Independentes, Brasil e Mídias Digitais.....	8
1.1. O que são quadrinhos independentes?	8
1.2. O cenário no Brasil	9
1.3. Relação com as mídias digitais	10
2. Explorando o problema	12
2.1. Pesquisa de público-alvo.....	12
2.2. Benchmark e análise de concorrentes	19
3. Definição da Solução	27
3.1. Desenvolvimento	27
3.2. Personas	28
3.3. Monetização e creditação.....	30
3.4. Fluxograma	33
3.5. Marca	34
4. MVP	38
4.1. Wireframes.....	38
4.2. Jornadas de usuário	40
4.3. Demais resultados	46
Conclusão	49
Bibliografia	51
Anexo 1 – Manual de Marca	
Anexo 2 – Análise de Pesquisas de Público	
Anexo 3 – Acesso ao Fluxograma, Wireframes & Telas	

Introdução

A princípio, a proposta deste projeto era desenvolver uma plataforma digital voltada para visualização e compartilhamento de histórias em quadrinhos (HQs) num geral. Porém, a partir de discussões com outros colegas da minha área acadêmica e meu orientador, resolvi direcionar meu olhar para o cenário nacional, mais especificamente, para as histórias em quadrinhos independentes brasileiras. Tal decisão se firmou a partir do momento em que se obteve resultados de uma pesquisa contextual sobre a realidade das HQs independentes no Brasil, e então realizada uma pesquisa qualitativa a partir de questionário, ou seja, o levantamento de informações sobre o cenário das HQs independentes no Brasil e sua posição dentro do consumo de mídias digitais, o que revelou não só os desejos dos consumidores, mas também as necessidades daqueles que produzem esse tipo conteúdo.

Contexto

Vivemos na Era da Informação e Comunicação, graças à Internet - conhecida também como a Rede Mundial de Computadores - pessoas são capazes de realizar trocas de dados, cultura e produção pelo mundo todo com extrema facilidade. Indo além de notebooks e computadores de mesa, essa conexão se estende ainda mais no dia a dia dos indivíduos por meio de aparelhos *smart* que vão desde eletrônicos, como televisões, a dispositivos portáteis, como aparatos móveis e celulares.

Só no Brasil, há 424 milhões de dispositivos digitais em uso, dentre esses, uma maioria de 234 milhões de smartphones o que resulta em mais de 1,1 desse tipo de aparelhagem por habitante brasileiro (FGV, 2020). Tal abundância e praticidade na troca de informações permite que todo tipo de produção seja facilmente compartilhada virtualmente. A Internet, especialmente as redes sociais, transforma-se em plataforma livre para a apresentação de conteúdos que antes eram dependentes de grandes veículos e financiadores de mídia, como redes radiofônicas, televisivas, além de editoras literárias e jornalísticas.

Esse contexto permitiu o crescimento no número de artistas independentes em diferentes áreas, já que com acesso à Internet, criadores de conteúdo de todo tipo têm plataformas gratuitas e de alcance massivo para compartilhar suas produções com o mundo. Quem antes era apenas público, hoje possui a chance de se tornar produtor

de conteúdo artístico sem depender dos grandes canais tradicionais de mídia e, nesse grupo, está incluído o quadrinista, o autor de histórias em quadrinhos.

Problema

A abundância de conteúdos/artistas torna o ambiente mais hostil e diluído, tornando mais difícil a tarefa de captar seguidores e consumidores. As plataformas gratuitas, espaços onde os autores de quadrinhos expõem seu produto, não oferecem formas efetivas de profissionalizar o trabalho e lucrar com ele ou, quando o fazem, são majoritariamente internacionais. Essa realidade exige do autor, muitas vezes, a adaptação do conteúdo para uma língua e cultura estrangeiras, o que, em diversos casos, pode ir além de suas habilidades ou se tornar quase impossível graças à natureza do conteúdo.

Proposta

A proposta desse trabalho é desenvolver a fase inicial de uma plataforma digital, gratuita e nacional que atenda às necessidades básicas do autor de quadrinhos e que seja voltada para a publicação independente digital. Esse novo canal também deverá contemplar os leitores que já se utilizam de outras plataformas online para publicar e consumir esse tipo de conteúdo. Além disso, será projetada uma identidade visual de marca para um cenário de dispositivo móvel que culminará na apresentação de um protótipo MVP (mínimo produto viável) da plataforma, um aplicativo (app).

Metodologia

Esse projeto foi desenvolvido baseando-se na metodologia *Lean* aliada ao Design Thinking. “Lean”, do inglês “enxuto”, é um processo de desenvolvimento no qual se trabalha com os recursos que se tem no momento para pôr em prática uma ideia que está apenas no papel, com o objetivo de testá-la o quanto antes para, só então, receber resultados que irão indicar os próximos passos do trabalho. Agregado a isso, uma abordagem humanística do Design Thinking, onde são coletados dados de pessoas através de pesquisa, permite que o entendimento dos problemas em questão sirva de ponto de partida para iniciar o desenvolvimento rápido de um MVP.

Foi realizado, também, um estudo do cenário e, a partir de resultados de pesquisas já existentes com base em dados humanos, levantamento de informações

com público-alvo menos quantitativo e mais qualitativo e a construção de proto-personas, desenvolveu-se uma solução baseada nas necessidades e tendências identificadas. E, em um último momento, focou-se no design de um MVP, ou seja, o formato mais enxuto desse aplicativo, para que a ideia possa ser futuramente validada com usuários reais e que ofereça valor desde o início.

1. Quadrinhos Independentes, Brasil e Mídias Digitais

1.1. O que são quadrinhos independentes?

Quadrinhos, de forma mais extensa, histórias em quadrinhos e, também abreviados por HQs, possuem diversas definições encontradas em livros e discutidas por teóricos da área. Alguns consideram que sua origem remonta às pinturas rupestres - artes que relatam acontecimentos reais e mitológicos encontradas nas paredes e artefatos das mais antigas civilizações. Por definição, Will Eisner, importante teórico nesse cenário de estudos sobre quadrinhos, descreveu histórias em quadrinhos através do termo “arte sequencial”(WEISNER, 1985, p. 5). Anos depois, Scott McCloud utilizou-se desse termo para criar sua própria e mais elaborada definição. Para ele, era imprescindível ser mais específico e histórias em quadrinhos deveriam ser compreendidas como “imagens pictóricas e outras justapostas em sequência deliberada”(McCLOUD, 1994, p. 2) excluindo, assim, outros formatos que se encaixariam no termo de Eisner, como animações e textos sequenciais.

As HQs começaram a se popularizar, no mundo, de forma massiva na década de 1930 graças ao avanço das tecnologias de impressão e como resposta à Grande Depressão nos Estados Unidos, já que era uma forma rentável de entretenimento - geralmente otimista - que era acessível à grande massa. Na década de 1960, essa produção foi difundida também em território brasileiro, com títulos de cartunistas como Ziraldo e Maurício de Souza.

Até então, quadrinhos eram lançados em formas de histórias mais curtas - as famosas tirinhas - em jornais ou em revistas publicadas por grandes editoras. Essas histórias em quadrinhos publicadas por um veículo de mídia pré-estabelecido, como

uma editora, contam com investimento de capital e uma equipe que, muitas vezes, se divide em partes e responsabilidades (o trabalho de roteiro, a ilustração e o letramento, por exemplo) até a finalização do produto e, graças aos recursos existentes, todas as etapas são trabalhadas separadamente, normalmente por profissionais distintos.

Por outro lado, os quadrinhos independentes são produções que não contam com investimento prévio e, geralmente, nem mesmo com uma equipe. O quadrinista independente é autor e costuma ser responsável pela maioria das etapas de produção, se não todas. Esse autor costuma fazer, também, a publicação física do próprio trabalho, seja realizando acordos e parcerias com editoras já estabelecidas para aumentar o alcance e escopo de seus projetos, seja contando com o financiamento coletivo de seus leitores. Atualmente, através do avanço das mídias digitais, a independência dos autores tornou-se mais efetiva já que há a possibilidade da publicação dos quadrinhos em plataformas virtuais, excluindo a necessidade de impressão, bem como seus custos.

1.2. O cenário no Brasil

O cenário de quadrinhos independentes no Brasil só cresce e isso pode ser notado graças ao aumento dos lançamentos de publicações, assim como o crescimento de eventos ligados a esse universo, como a ComicCon Experience (CCXP) e o Festival Internacional de Quadrinhos (FiQ). Cora Ottoni, graduada em Comunicação Visual Design, cita em sua monografia uma conversa com Afonso Andrade, um dos principais organizadores do FiQ, em que ele conta sobre um aumento de público entre os anos de 2015 e 2018 no evento: mais de duas mil pessoas além do que era esperado. De acordo com Ottoni, o organizador ainda reforça o crescimento dos autores presentes no festival, um acréscimo de 250 entre os anos 2013 e 2015, assim como uma elevação considerável na quantidade de publicações inéditas, 160 a mais.

O avanço da Internet fortaleceu bem mais a propagação dos conteúdos, permitindo aos autores angariem leitores com muito mais facilidade graças ao alcance das redes, além de possibilitar a publicação dos quadrinhos com o financiamento do próprio público. Alguns sites, como o Catarse, permitem que artistas lancem seus projetos e consigam arrecadar a quantia necessária para concretizá-los. Um exemplo atual é o projeto Alienaldo - uma série de quadrinhos criada por Gabriel Infante - que

está em processo de financiamento coletivo na plataforma Catarse durante a confecção desta monografia e já alcançou o triplo do estimado para o custeio de sua publicação física e independente. Alienaldo é apenas um dos projetos de HQs já financiadas e publicadas através do Catarse e sites semelhantes.

1.3. Relação com as mídias digitais

Como dito, a Internet se tornou uma parte muito importante na propagação das publicações independentes de HQs, aumentando o alcance das divulgações, e permitindo o financiamento coletivo das impressões. Porém, o efeito da Internet e o universo digital sobre as HQs vai além, já que, de acordo com a Pesquisa Anual sobre o Perfil do Leitor de Quadrinhos no Brasil, realizada em 2019, por Rapha Pinheiro, acadêmico da Escola de Comunicação da UFRJ, seus mais de 3500 entrevistados expressam que o consumo de quadrinhos se estende para além da leitura. Na pesquisa, 65,5% dos leitores dizem acompanhar canais no YouTube sobre quadrinhos, enquanto 75,7% consomem sites sobre o tema. Vale ressaltar que 73,1% dos leitores seguem os autores de quadrinhos favoritos nas redes sociais.

Não apenas os quadrinhos recebem atenção de mídia especializada e os autores têm a possibilidade de tentar financiar a publicação física independente graças à Internet, mas também há a oportunidade de se publicar os trabalhos no meio virtual. As *webcomics*, HQs que são publicadas apenas no ambiente virtual e online, são produções que ganham cada vez mais força.

Ainda na pesquisa de Pinheiro, não só 66,9% dos leitores acompanham quadrinhos digitalmente através de Scan (quadrinhos impressos e escaneados para plataformas digitais), como 62,8% consomem *webcomics* regularmente. Também é válido apontar que 77,9% dos leitores seguem quadrinhos nacionais, o que mostra a grandeza e potencial que os quadrinistas independentes brasileiros têm.

Essa influência das mídias digitais no cenário de quadrinhos independentes do Brasil se manifesta, especialmente, nas redes sociais. Nelas, os autores publicam seus trabalhos e têm milhares de seguidores que geram engajamento ao interagirem entre si e compartilharem as publicações. A atividade massiva acaba atraindo atenção de grandes canais de mídia, assim como parcerias publicitárias com grandes marcas. As plataformas digitais servem de palanque para a exposição, publicação e propagação do trabalho de autores independentes e, na maioria, das vezes acontece de forma gratuita.



Figura 1. Exemplo de autores independentes e seguidores nas redes sociais

Apesar de serem um ambiente favorável para a publicação independente, tais plataformas também acabam criando problemas a serem enfrentados pelos autores. O excesso de oportunidades e conteúdo leva a crer que existe, atualmente, uma certa dependência às plataformas digitais, especialmente quando se trata das *webcomics*, que serão o foco da nossa discussão, já que estão incorporadas inteiramente nesse ambiente online.

A teoria é de que a grande quantidade de publicações dilui o alcance do público, dificultando um maior engajamento que seria responsável por um possível retorno financeiro. Semelhante situação acaba tornando os autores reféns de formatos e algoritmos das redes em que publicam, além de prejudicar os leitores na forma como eles interagem e consomem determinado conteúdo, pois acabam limitados às plataformas em que encontram publicações. Com isso em vista, daremos início à etapa de exploração do problema.

2. Explorando o Problema

2.1. Público-Alvo

Proto-persona

Proto-personas são uma solução interina, ou seja, personas criadas a partir de uma proposta inicial e conhecimento limitado sobre os usuários. Sendo assim, elas não se baseiam em pesquisas quantitativas ou entrevistas presenciais com um público mais abrangente. Para representação do público-alvo e fundamentação das soluções criadas neste projeto, serão construídas proto-personas com base no público incluso sob a proposta inicial e nos dados retirados de pesquisa realizada.

Pesquisa

Para a coleta de dados, foram realizadas duas apurações através de dois formulários online pela ferramenta Google Forms: uma dedicada ao público consumidor (leitor) e outra ao público criador (autor). Com essa ferramenta foi possível direcionar o fluxo de perguntas de acordo com as respostas obtidas ao longo do questionário. A veiculação da pesquisa foi feita, especialmente, de duas formas: postagem em grupos de Facebook voltados para públicos interessados em HQs, arte e design, além de divulgação pública no Twitter que teve auxílio de compartilhamento de alguns autores independentes, disponível entre 06 e 27 de agosto de 2020.

A intenção era desenvolver com mais precisão o comportamento e as necessidades desses públicos já mencionados: autores de HQs independentes que utilizam plataformas online para expor seus trabalhos e leitores dessas HQs que consomem tais produtos através da Internet e suas plataformas. As questões de cada formulário permitiam respostas em múltipla-escolha, escala, seleção e textos por extenso. Seguem as perguntas e um mapeamento de seu fluxo de acordo com algumas respostas.

Pesquisa de Autor

- Você produz Histórias em Quadrinhos (HQs) autorais?
- Que tipo de HQ você produz?
- Você é um artista de quadrinhos que utiliza plataformas online para publicar seu trabalho?

- Como você publica seu trabalho online?
- Se você utiliza redes sociais para publicar seu trabalho, qual(is) você utiliza principalmente?
- Com que frequência você posta nessa(s) rede(s) social(is)?
- Além da sua principal rede social para publicação, você utiliza outra(s)?
- Com que frequência você publica nessa(s) alternativa(s)?
- Você tem algum link onde eu possa encontrar seu trabalho online?
- O conteúdo que você publica tem retorno financeiro?
- Se sim, de que forma isso ocorre?
- No caso de você receber doações de seus leitores, com que frequência isso ocorre?
- No caso de você receber doações de seus leitores, como isso ocorre?
- Se utiliza alguma plataforma online para receber doações, qual(is) seria(m)?
- Seus leitores costumam compartilhar seu trabalho nas redes sociais?
- Se sim, com que frequência isso ocorre?
- Quando seu trabalho é compartilhado, você recebe os créditos autorais?
- Se sim, com que frequência isso ocorre?
- Receber créditos autorais pelo seu trabalho online é importante para você?
- Você conhece alguma plataforma online voltada exclusivamente para distribuição de HQs autorais e independentes?
- Se você utiliza alguma(s) plataforma(s) do tipo para distribuição das suas HQs, qual seria?
- Como você classificaria o seu interesse em plataformas voltadas exclusivamente para HQs independentes?
- Como você classificaria o seu interesse por ter retorno financeiro com suas HQs?
- Como você classificaria o seu interesse por uma plataforma que possibilitasse retorno financeiro, publicação e divulgação de suas HQs?
- Como você classificaria o seu interesse por uma plataforma que garantisse que a divulgação do seu trabalho sempre tivesse créditos autorais?
- Se tiver um adendo, o quê, como artista, você gostaria de encontrar numa plataforma voltada para HQs?
- Quer fazer algum adendo?

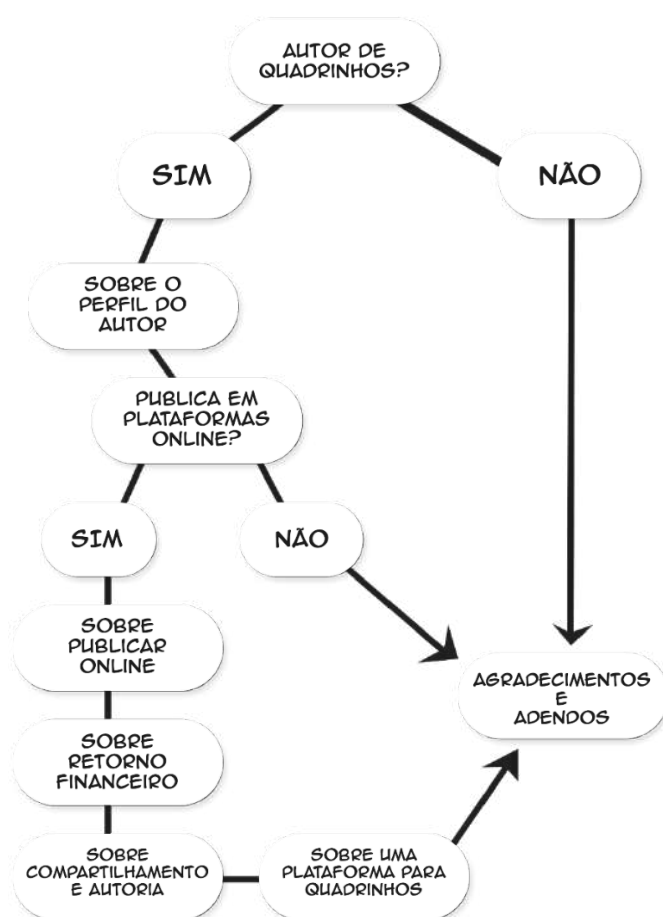


Figura 2.
Fluxo de
perguntas
na pesquisa
de Autores

Pesquisa de Leitor

- Você consome Histórias em Quadrinhos (HQs) de qualquer forma ou tipo?
- Você consome esse tipo de conteúdo online?
- Sobre seu consumo de HQs online, pode se dizer que:
- Você segue e/ou acompanha perfis de artistas de HQs em plataformas online?
- Se você segue artistas de quadrinhos, poderia dar exemplos de alguns?
- Através de que plataformas você consome quadrinhos e/ou acompanha seus artistas de HQs favoritos?
- Se redes sociais, para você, são meios de consumir HQs e/ou acompanhar artistas de HQs, quais seriam as principais delas?
- Quais seriam as demais utilizadas?

- Qual o nível de veracidade da seguinte afirmação: "Às vezes eu deixo de consumir novo conteúdo de um artista que sigo por falta de notificação ou porque simplesmente esse conteúdo não aparece automaticamente no meu feed/timeline".
- Você costuma compartilhar HQs que você lê online?
- Como você faz o compartilhamento de HQs online?
- Com que frequência você compartilha HQs online?
- Você costuma dar os créditos ao artista?
- Você segue/acompanha páginas, grupos ou plataformas que realizam esse tipo de compartilhamento?
- Se a resposta anterior foi "sim", esse compartilhamento costuma dar créditos ao artista?
- O compartilhamento de HQs feito por você ou pelas páginas/grupos que você acompanha costumam ser:
- Para você, quais seriam os motivos de compartilhar HQs com alguma alteração?
- Selecione as opções abaixo que costumam corresponder com o seu processo de compartilhamento:
- Se você já fez ou faz recortes ou alterações no que compartilha, você considera inconveniente ter de usar um app/software externo para chegar ao resultado desejado?
- Você gasta ou já gastou dinheiro com HQs online? Seja com conteúdo pago ou em apoio ao artista.
- Você costuma consumir conteúdo pago de quadrinhos online?
- Se você paga ou já pagou por esse tipo de conteúdo, de que forma esse dinheiro é/foi gasto?
- Você já deu, ou dá, suporte financeiro por conteúdo gratuito que artistas lançam online?
- Se a resposta acima foi "não" ou "poucas vezes", qual seria o porquê?
- Se a resposta tinha sido "sim", de que forma esse financiamento/doação é/foi feito?
- Se você utiliza/utilizou plataformas online de financiamento ou doação para artistas de HQs, poderia citar exemplo(s)?

- Você conhece alguma plataforma online voltada exclusivamente para distribuição de HQs autorais e independentes?
- Se você utiliza alguma(s) plataforma(s) do tipo, qual seria? E você apenas lê nela ou também consegue compartilhar seu conteúdo externamente?
- Como você classificaria o seu interesse em plataformas voltadas exclusivamente para HQs independentes?
- Como você classificaria o seu interesse por dar retorno financeiro aos seus artistas de HQ favoritos?
- Como você classificaria o seu interesse em poder ler e compartilhar HQs da forma que quer através de uma mesma plataforma?
- Como você classificaria o seu interesse em garantir automaticamente os créditos ao autor do conteúdo que está sendo compartilhado?
- Como você classificaria o seu interesse por facilitar e acelerar a forma que paga e/ou oferece suporte financeiro ao artista de HQ?
- Como você classificaria o seu interesse por ter um feed/timeline dedicado apenas ao conteúdo de HQ que você segue?
- Se tiver um adendo, o quê, como leitor, você gostaria de encontrar numa plataforma voltada para HQs?
- Quer fazer algum adendo?

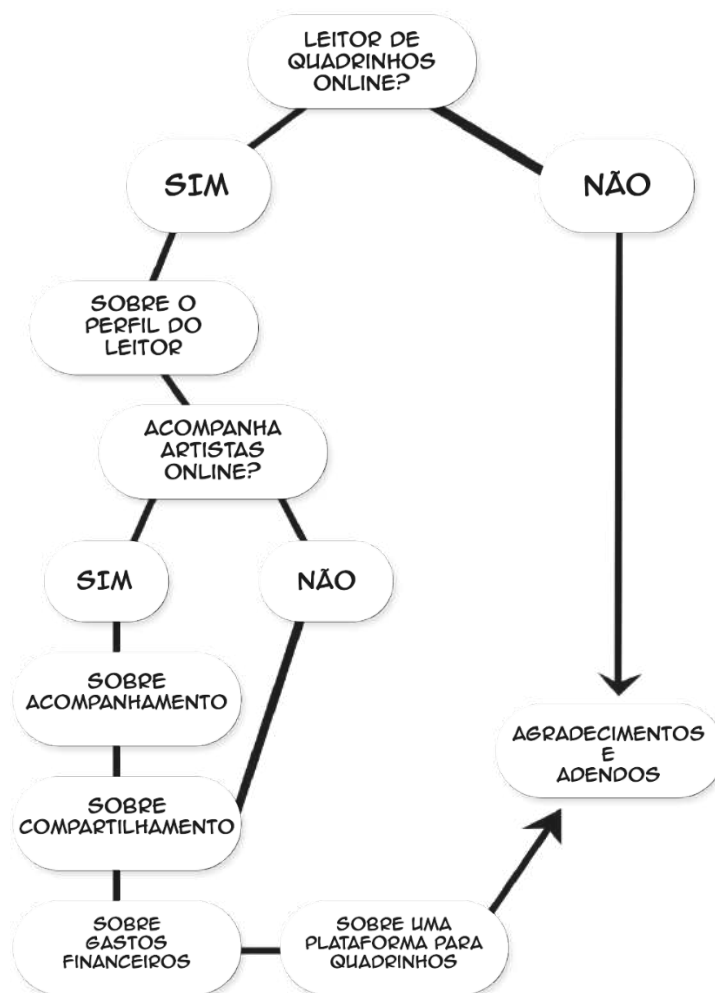


Figura 3.
Fluxo de
perguntas
na
pesquisa
de Leitores

Após três semanas de pesquisa, foram obtidas respostas de 163 leitores que consomem quadrinhos online e 48 autores que publicam HQs autorais em plataformas online. As resoluções mais relevantes foram:

- Cerca de 81% dos **autores** utiliza redes sociais para publicar seu trabalho, principalmente Instagram e Twitter, com frequência que varia entre semanal e mensal, o que permite certa serialização do conteúdo.
- Cerca de 72% dos **autores** não consegue ter retorno financeiro com seu trabalho. Aqueles que têm, dependem da venda direta de conteúdo, o que pode demonstrar uma necessidade de alternativa mais rentável.
- Cerca de 87% **autores** tem seu trabalho compartilhado nas redes sociais com uma frequência que consideram de média à alta e recebem créditos, na maioria das vezes (com algumas exceções mais sérias relatadas discursivamente na pesquisa). Receber créditos é de suma importância para os criadores.

- Tapas e Webtoon surgiram como plataformas de concorrência indireta, já que são internacionais, ambas funcionam, principalmente, com *AdSense* – serviço de publicidades do Google – para monetização. Cerca de 90% **autores** apresentou interesse numa plataforma nacional dedicada a quadrinhos independentes. Grande parte também considera ter retorno financeiro algo importante, assim como acredita ser essencial que a plataforma assinale créditos autorais ao permitir compartilhar publicações.
- Uma média de 94% dos **leitores** consome quadrinhos e acompanha artistas através de plataformas online. As tirinhas independentes são o tipo de conteúdo mais consumido, seguidas pelas séries independentes.
- Cerca de 96% dos **leitores** entra em contato com quadrinhos através das redes sociais, Twitter e Instagram são as mais utilizadas. A maioria relata já ter tido problemas para manter-se em dia com o conteúdo que segue.
- Por volta de 74% dos **leitores** compartilha o conteúdo que consome nas redes sociais ou diretamente com contatos através de mensagens. Em boa parte dos casos, esse compartilhamento é acompanhado dos créditos autorais por serem feitos diretamente de sua origem. Além disso, as pessoas costumam replicar o conteúdo inalterado.
- Uma minoria relevante, cerca de 42%, de **leitores** diz ter gastos com quadrinhos, dentre esses, grande parcela não tem gastos frequentes: costuma ser uma despesa de tempos em tempos. Muitos dos que possuem gastos preferem que esse investimento seja feito diretamente nos artistas. A maioria deixa de investir em quadrinhos por falta de recursos e praticidade.
- Por volta de 64% dos **leitores** não conhece uma plataforma voltada para quadrinhos independentes, os que conhecem citam Tapas e Webtoon. Grande número apresenta o que consideram médio a alto grau de interesse em utilizar uma plataforma do tipo. Muitos também gostariam de poder ajudar financeiramente seus artistas favoritos e tudo em uma só plataforma com maior praticidade, incluindo a possibilidade de compartilhar o conteúdo consumido nas redes sociais com créditos garantidos ao respectivo criador.

O resultado da pesquisa na íntegra e uma síntese mais extensa podem ser encontrados nos anexos deste documento.

2.2. Benchmark e análise de concorrentes

Durante a pesquisa de público-alvo e mercado, foram apontados e encontrados dois serviços semelhantes: Webtoon e Tapas. Por isso, foi desenvolvida uma análise das características dessas duas plataformas, além de pontos fortes e fracos de cada uma, algo concomitante ao processo de Benchmark.

Webtoon

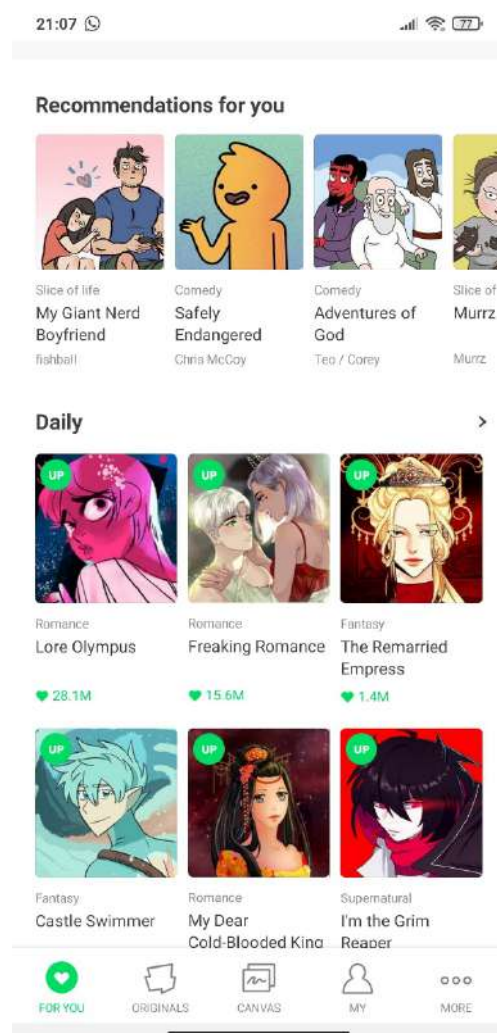
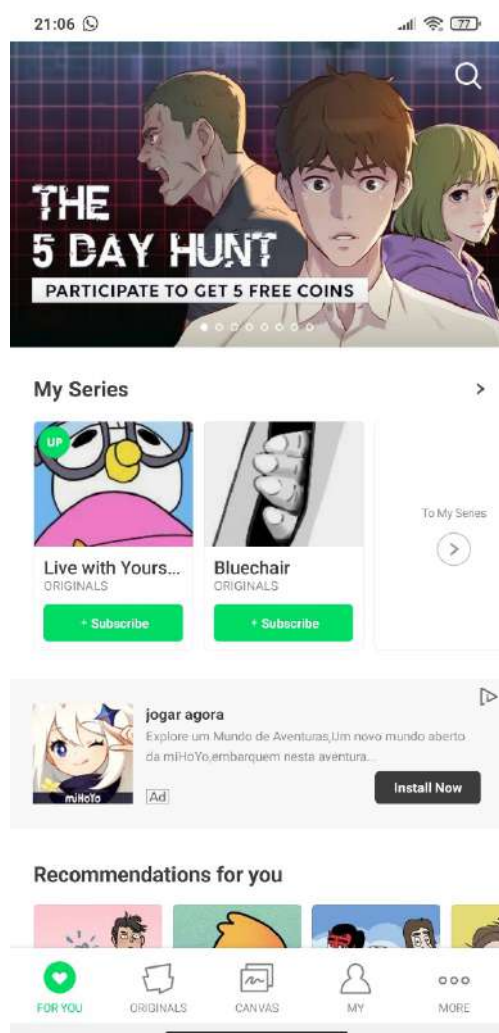


Figura 4.
Telas da
plataforma
Webtoon

Webtoon é uma plataforma online sul-coreana voltada para histórias em quadrinhos que foi criada em 2003 e que recebeu seu primeiro formato móvel para aparelhos *smart* em 2014. É importante notar que a plataforma ajudou a popularizar e pôr em prática o conceito de *infinite canvas* introduzido formalmente por Scott

McCloud em seu livro **Reinventando os Quadrinhos**. De acordo com McCloud, essa ideia trata da capacidade do autor de HQs em estender o espaço de seus quadrinhos, ou sua tela, indefinidamente, conforme a necessidade de seu *storytelling* ou conteúdo.

Tal conceito de *infinite canvas*(McCLOUD, 2000, p. 220) foi adotado por JunKoo Kim, fundador da plataforma Webtoon, como algo que ele se referia como “*tall, scrollable comics*”, o que traduzindo seria algo como “quadrinhos altos, roláveis”. Segundo ele, esta seria a melhor forma de se consumir quadrinhos online, já que os usuários estariam acostumados a “rolar” através de longas páginas de *websites* na Internet. Logo, esse mesmo formato é seguido no aplicativo em questão, utilizando o conceito vertical não só para navegação (algo comum para plataformas móveis), mas também para leitura.

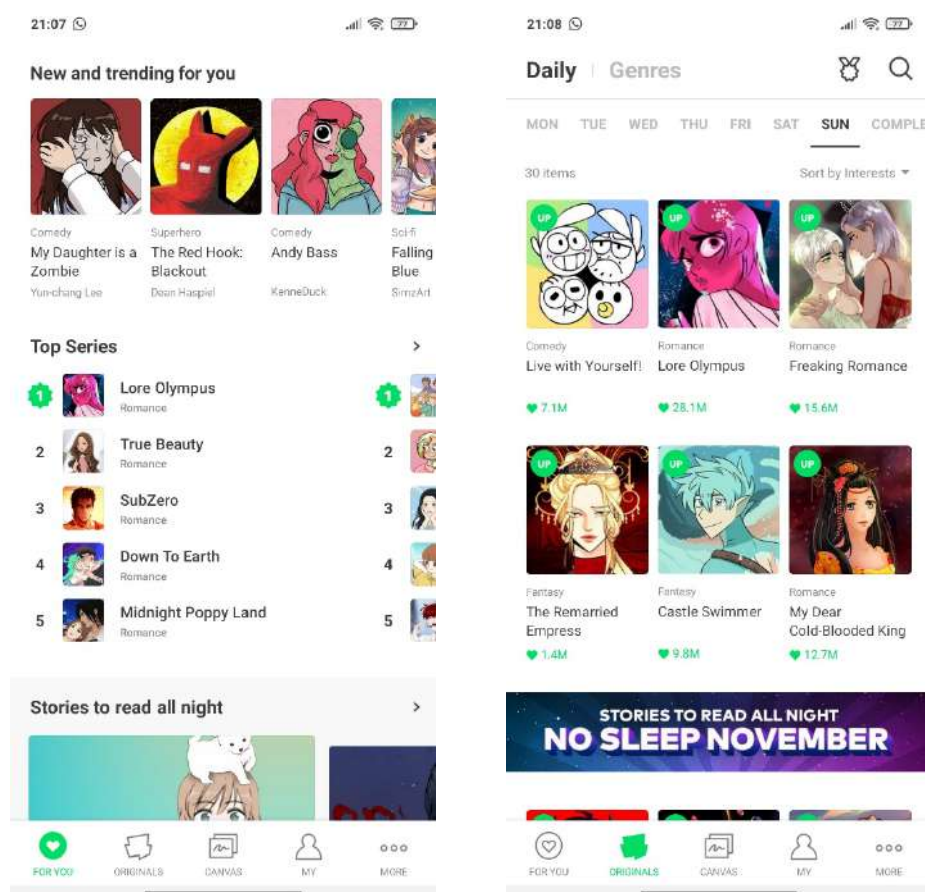


Figura 5. Telas da plataforma Webtoon

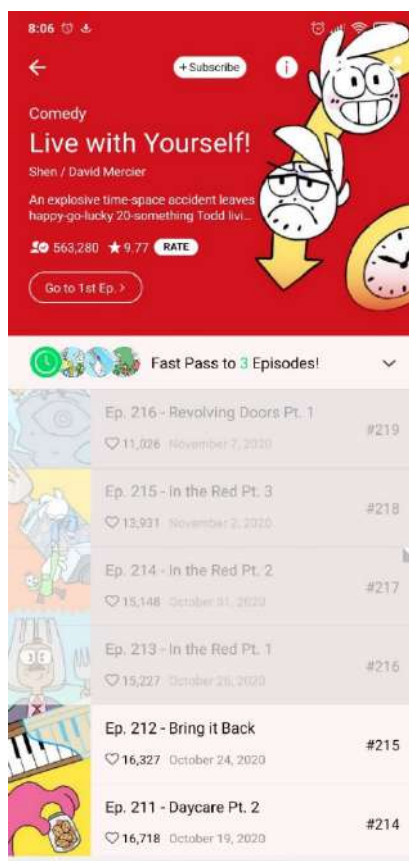
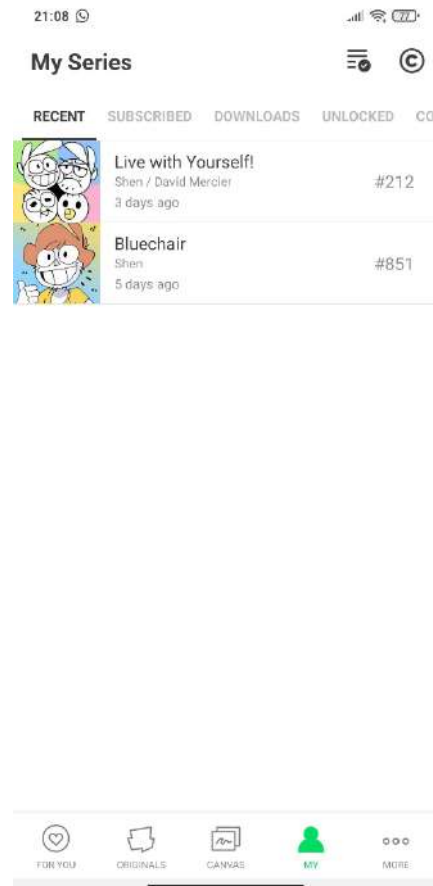
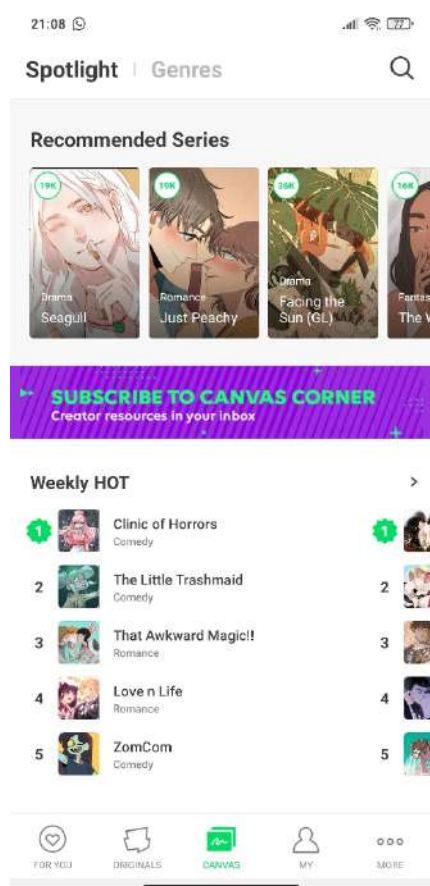


Figura 6.
Telas da
plataforma
Webtoon

Pontos Interessantes ou Positivos

- Menu de navegação na parte inferior do aplicativo é uma medida ergonômica que permite fácil acesso às principais destinações de navegação da plataforma. O layout em um todo é pautado em *cards* e *thumbnails*.
- Tratamento das publicações como Séries e Episódios criam uma ideia de narrativa continuada que gera expectativa e é familiar aos que consomem outras mídias que se propõem dessa mesma forma, como desenhos animados e séries de televisão.
- A disposição de anúncios em meio às páginas é bem encaixada e não polui muito a visão do conteúdo.
- O usuário pode ter acesso imediato a inúmeros conteúdos no momento em que acessa o aplicativo, sejam recomendações, histórias em alta ou, simplesmente, continuar a ler uma série que já tenha acessado anteriormente.
- O aplicativo diferencia bem os capítulos já lidos de uma série, marcando até de forma única o último capítulo que foi aberto.
- A remuneração dos autores é feita através de um programa compartilhado de receita de anúncios em que eles podem receber até 50% do valor gerado pela visualização de propagandas em suas séries. Há também um sistema de recompensas que premia financeiramente os autores de acordo com o desempenho de suas séries.

Pontos Negativos

- Excesso de conteúdo e informações em cada página, o que cria um visual poluído e confuso, difícil de acompanhar e entender, especialmente para novos usuários.
- Repetição de conteúdo em cada página, já que não há realmente uma boa divisão por aba. A impressão é que tanto no “For You”, quanto no “Originals” ou “Canvas” o usuário recebe o mesmo tipo de conteúdo.
- O design da página principal de cada série cria alguns problemas visuais de identificação e legibilidade dependendo da “capa” da série.
- Não há foco nos autores, eles não possuem uma página própria para que o usuário possa seguir e receber atualizações de outros conteúdos.

- Não é possível publicar através do aplicativo móvel e nem verificar dados relacionados às suas séries como autor.
- A plataforma permite compartilhar os quadrinhos como imagem, mas não dá créditos ao criador.

Tapas

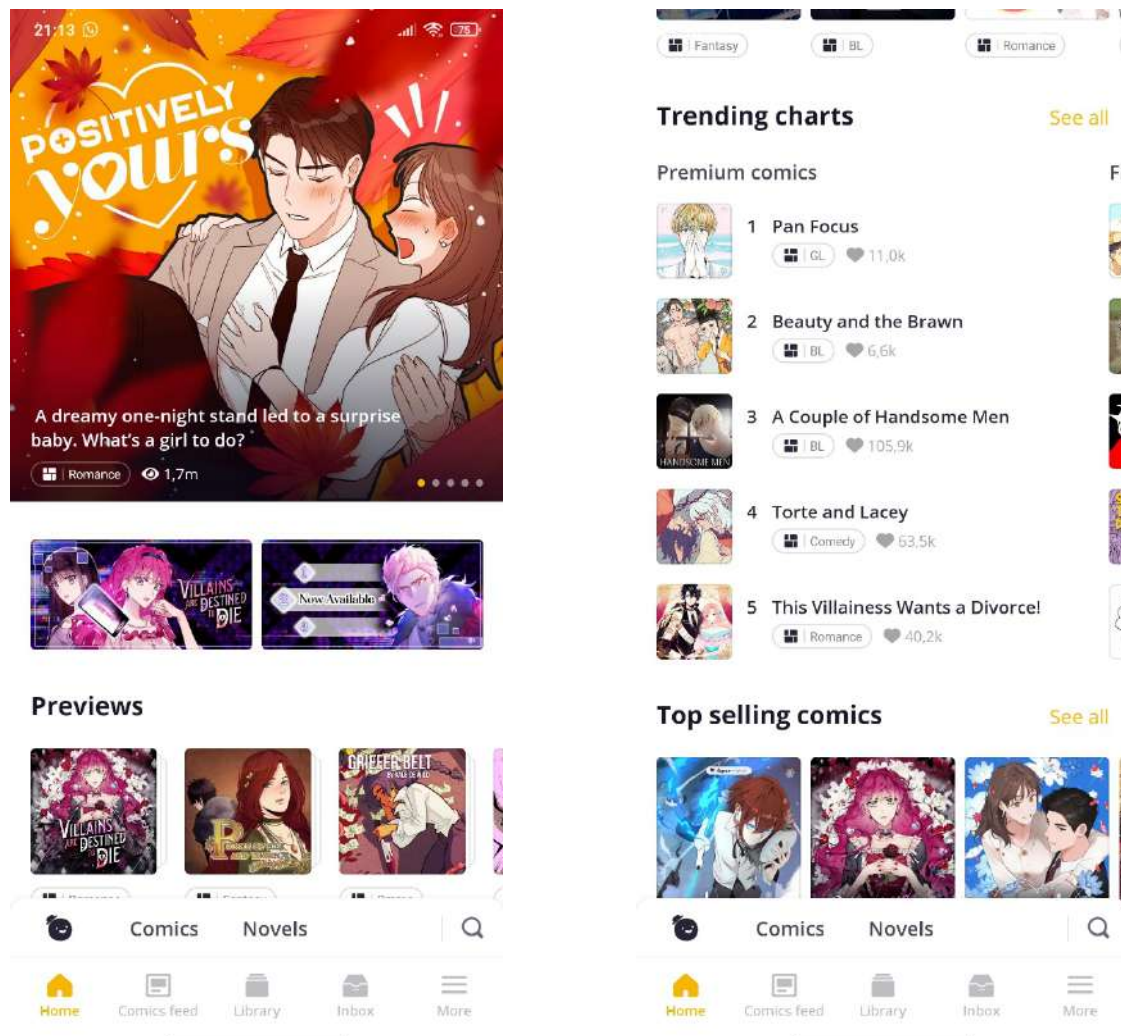


Figura 7.
Telas da
plataforma
Tapas

Tapas, conhecida anteriormente como Tapastic e Comic Panda, é uma plataforma online sul-coreana voltada para HQs e histórias escritas que foi criada pelo empresário Chang Kim em 2012, sob o pretexto de ser o “YouTube dos quadrinhos” ou “Candy Crush para livros”. A plataforma recebeu, em 2016, sua versão para formato móvel que adota o tipo de leitura vertical para *webcomics*.

O modelo de negócios adotado por ela é denominado *freemium*, em que se oferece conteúdo gratuito para os usuários leitores de forma limitada como prévia,

requerendo que o consumidor invista financeiramente para desbloquear o serviço completo ou mais conteúdo. Atualmente, 10-20% das séries publicadas na plataforma estão disponíveis parcialmente de forma gratuita. Tapas conta, também, com uma moeda própria, “Ink”, que pode ser adquirida ao se completar tarefas, assistir anúncios ou através de transações financeiras. Essa moeda pode ser utilizada para apoiar diretamente os autores ou desbloquear conteúdo.

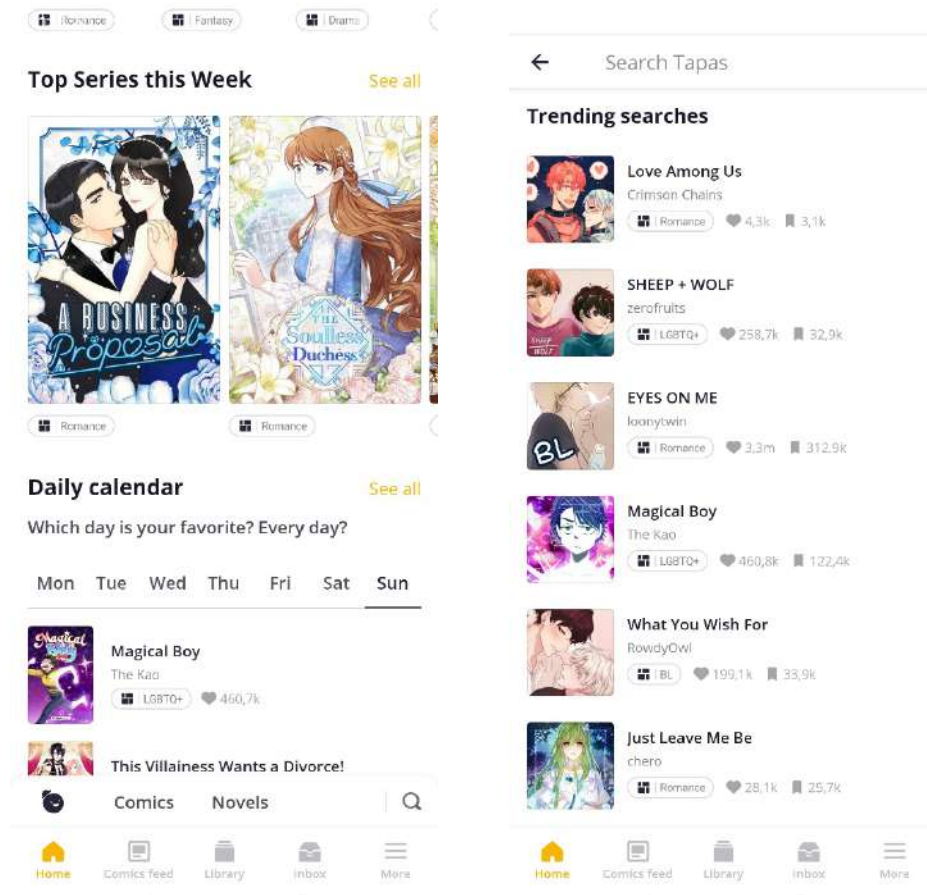


Figura 8.
Telas da
plataforma
Tapas

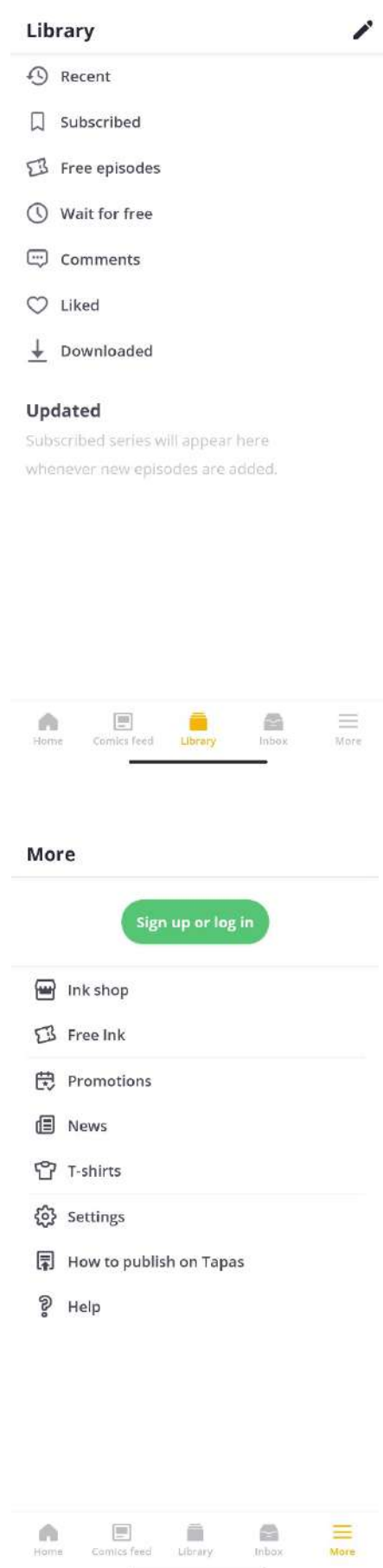
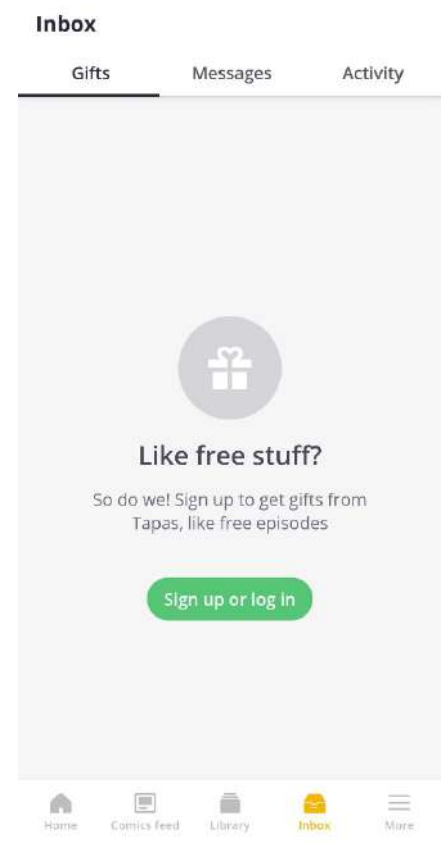
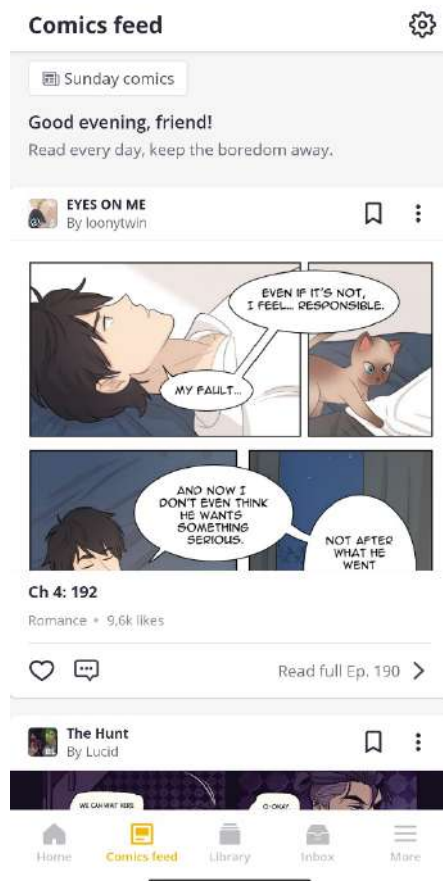


Figura 9.
Telas da
plataforma
Tapas

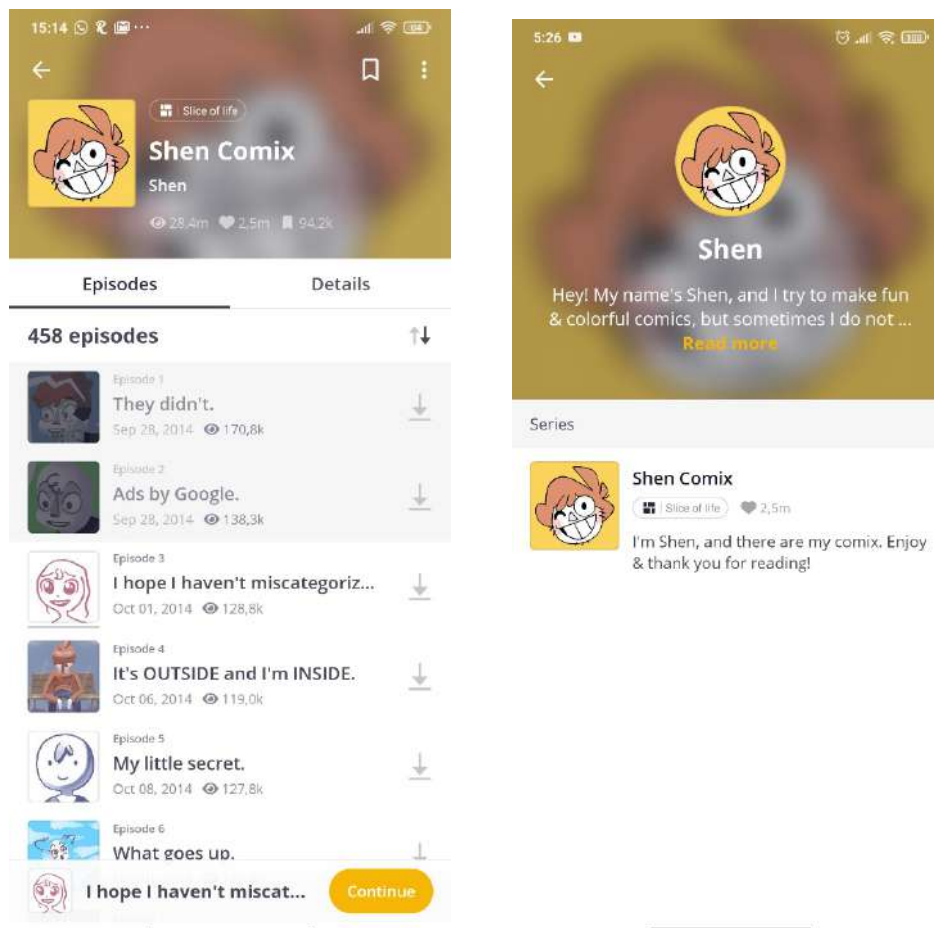


Figura 10.
Telas da
plataforma
Tapas

Pontos Interessantes ou Positivos

- Menu de navegação na parte inferior do aplicativo é uma medida ergonômica que permite fácil acesso às principais destinações de navegação da plataforma.
- Tratamento das publicações como Séries e Episódios criam uma ideia de narrativa continuada que gera expectativa e é familiar aos que consomem outras mídias que se propõem dessa mesma forma, como desenhos animados e séries de televisão.
- O design é limpo e espaçado, o que facilita a leitura das informações e visualização de conteúdo, e esse design se estende para todas as páginas, inclusive a de Série, permitindo um bom entendimento de suas informações.
- Comparado ao Webtoon, não há um excesso de informações ou repetições delas ao longo de cada página do menu, o que deixa mais claro para o usuário o que será encontrado em cada seção do aplicativo.
- Tapas diferencia bem os capítulos já lidos de uma série, exibindo também na parte inferior da tela o ponto de “continuação” da leitura.

- A remuneração dos autores é feita através de um programa compartilhado de receita de anúncios em que eles podem receber até 70% do valor gerado pela visualização de propagandas em suas séries. Há também um sistema de suporte ao autor em que os usuários podem utilizar o “Ink” para contribuir financeiramente com o trabalho dos autores.

Pontos Negativos

- Ainda há certos excessos de conteúdo e informações na página Home, provavelmente por falta de outras seções para disponibilizar tais avisos e conteúdo.
- Não é possível publicar através do aplicativo móvel e nem verificar dados relacionados às suas séries como autor.
- Tapas é uma plataforma que exige investimento financeiro por parte do leitor para que seja realmente aproveitada em sua totalidade. Por ser mais focada na venda direta dos quadrinhos, requer um comprometimento e interesse maior dos usuários.
- A plataforma não permite compartilhar os quadrinhos como imagens.

O fim da análise de concorrentes traz pontos relevantes e encerra a parte de pesquisa e levantamento do problema, permitindo o início da solução.

3. Definição da Solução

3.1. Desenvolvimento

A noção do cenário de quadrinhos independentes e mídias digitais, somada à compreensão do público-alvo e das propostas e problemas das plataformas já existentes, permitiu levantar os conceitos e estratégias que serão aplicados em “lacuinh.”, a plataforma desenvolvida. A partir dos dados coletados e analisados, iniciamos a construção das personas, marca, além de estratégias de uso e funcionalidades pertinentes a nova plataforma.

3.2. Personas

Graças aos dados coletados na pesquisa de público-alvo, personas foram criadas, ou melhor, proto-personas. Sendo uma plataforma voltada tanto para leitores, quanto autores de quadrinhos independentes, o grupo de personas consiste em dois leitores e dois autores que exemplificam os usuários médios do aplicativo, seus posicionamentos e necessidades. Tais dados servem de guia para o planejamento das soluções.



William Rabello

24 anos

Rio de Janeiro, Brasil

Designer Gráfico

Usuário Leitor da Plataforma

Objetivos

- Ter uma plataforma única em que possa ler quadrinhos independentes.
- Compartilhar quadrinhos em suas redes de forma prática e sem preocupações.
- Fornecer apoio financeiro aos autores que acompanha sem precisar investir financeiramente de forma ativa.

Comportamento

- Normalmente não investe dinheiro nas HQs que lê por falta de recursos financeiros.
- Compartilha imagens de quadrinhos que gosta em seu perfil do Twitter e Stories do Instagram.
- Acha inconveniente ter de inserir créditos aos autores manualmente toda vez que vai compartilhar as imagens em suas redes.



Victória Molgado

25 anos

Três Rios, Brasil

Desenvolvedora Web

Usuária Leitora da Plataforma

Objetivos

- Ter uma plataforma única em que possa ler quadrinhos independentes.
- Acompanhar com mais facilidade os conteúdos novos dos autores favoritos.
- Fornecer apoio financeiro aos autores favoritos com praticidade.

Comportamento

- Quando pode, investe financeiramente e de forma direta em quadrinhos.
- Acha inconveniente perder o conteúdo de seus autores favoritos em redes sociais por falta de notificação.
- Acha inconveniente ter de trocar de plataforma constantemente para oferecer apoio financeiro aos autores que acompanha.



Gabriel Loureiro

28 anos

Niterói, Brasil

Administrador e Quadrinista

Usuário Autor da Plataforma

Objetivos

- Ter uma plataforma brasileira em que possa publicar seus quadrinhos.
- Garantir que seus seguidores tenham acesso ao conteúdo quando publicado.
- Aumentar o retorno financeiro que tem com histórias em quadrinhos.

Comportamento

- Publica quadrinhos online semanalmente ou em períodos mais curtos.
- Disponibiliza links de financiamento para seus seguidores contribuírem.
- Acha inconveniente perder visualizações de seu conteúdo por falta de notificação.



Naomi Furyama

22 anos

Curitiba, Brasil

Designer de Interfaces e Quadrinista

Usuária Autora da Plataforma

Objetivos

- Ter uma plataforma brasileira em que possa publicar seus quadrinhos.
- Construir uma base de leitores fiéis.
- Gerar retorno financeiro com suas publicações de quadrinhos.

Comportamento

- Publica quadrinhos online semanalmente ou mensalmente;
- Considera inadmissível não receber créditos pelo próprio trabalho;
- Considera difícil captar novos leitores em suas redes sociais.

3.3. Monetização e Creditação

Duas principais necessidades surgiram ao longo da pesquisa, a monetização e creditação. “Monetização” vem de “monetizar” que significa transformar em dinheiro. Ela é, portanto, a capacidade do usuário de gerar e/ou contribuir com a renda do autor através das publicações e uso do aplicativo. “Creditação” vem de “creditar” que seria atribuir crédito e autoria. Ou seja, é a garantia tanto do autor quanto do leitor de que os devidos créditos autorais serão conferidos às imagens nas publicações compartilhadas.

Plano de Monetização

Já que existem diferentes planos de monetização possíveis para aplicativos móveis, através de uma pesquisa e análise de prós e contras de cada um, foi escolhido uma combinação de dois planos para serem utilizados na plataforma “lacuinh.”. O plano de aplicativo pago foi descartado de imediato, uma vez que o objetivo é gerar uma receita contínua tanto para os autores, quanto para a manutenção do software, além de que as plataformas concorrentes e redes sociais não possuem tal barreira financeira, o que afastaria o público já em uma primeira instância.

O plano de compras no aplicativo também foi descartado. Apesar de facilitar o lucro a longo prazo, o objetivo da plataforma não é ser um *marketplace* ou *e-commerce* para quadrinhos, tendo em vista que poucos dos usuários têm interesse em comprar HQs para, só então, poder consumi-las. Ademais, dependendo do modelo de compra, haveria necessidade de se pagar taxas para serviços de compra e venda virtual, o que diluiria a margem de lucro.

O plano *freemium*, já citado aqui neste documento, implicaria em limitar as funcionalidades da plataforma de acordo com o investimento financeiro do usuário, o que pode provocar um afastamento da maioria que não pode ou não quer investir financeiramente de forma ativa no aplicativo. O descarte das alternativas anteriores deixa restante duas principais opções: plano de publicidade e plano de *paywall*.

O plano de publicidade consiste no uso de *AdSense* ou *AdMob*, no caso de plataformas móveis, um serviço de publicidade oferecido pelo Google para disposição de anúncios diversos e responsivos que podem ser posicionados em diferentes tamanhos dentro do layout de uma plataforma ou durante o fluxo de utilização do usuário. Essas propagandas geram receita de volta ao aplicativo de acordo com o números de visualizações e acessos, permitindo que ele seja gratuito em um modelo já conhecido e implantado em outros apps, o que atrai mais uso e, consequentemente, aumenta o lucro.

O outro plano é o de *paywall*, do inglês “parede de pagamento”, que seria uma forma de criar uma espécie de barreira dissolvida mediante investimento, semelhante ao *freemium*. A diferença é que esse plano existe para limitar apenas conteúdo, não serviços e funcionalidades. Muitas plataformas utilizam uma espécie de *paywall* provisório e temporário unido à publicidade para criar pequenos obstáculos em meio

ao fluxo de uso para que os usuários assistam aos anúncios por determinado tempo antes de ter acesso ao conteúdo. Elas podem, ainda, oferecer um plano de assinatura para deixar de apresentar essas travas definitivamente. Aplicativos de jogos ou plataformas como Duolingo e YouTube se utilizam desse tipo de *paywall*, oferecendo um fluxo livre dessas interrupções publicitárias caso o usuário opte por assinar um plano.

Foi, então, escolhido um formato que combina os dois planos. Os usuários têm acesso a todo o conteúdo e funcionalidades de forma ilimitada e de forma gratuita. No entanto, propagandas serão disponibilizadas ao longo do layout da plataforma, com o mínimo de poluição visual possível, focando nas publicidades de *paywall* temporárias que aparecerão quando os usuários forem ler capítulos das séries publicadas pelos autores ou acessar certas partes do aplicativo.

Será oferecido um plano de assinatura mensal que deixa o usuário livre dos anúncios de *paywall* e lhe garante uma espécie de retorno parcial desse dinheiro investido. Cada usuário possuirá uma carteira exclusiva no aplicativo na qual poderá vincular formas de pagamento como cartão de crédito ou plataformas de transação (Paypal) para garantir praticidade ao utilizar os valores disponíveis. O dinheiro enviado ou guardado nessa carteira poderá ser aplicado diretamente em autores ou séries como forma de apoio, um sistema de suporte comum em softwares do tipo e em comunidades artísticas online.

Usuários que aderem à assinatura da plataforma recebem de volta mensalmente parte do dinheiro em sua carteira, para que possam usá-lo única e exclusivamente no apoio de autor(es) a escolher, incentivando o suporte aos criadores de conteúdo. A moeda do aplicativo é o Real (R\$), já que é uma plataforma brasileira que prezarà pela transparência nas transações. Dessa forma, a realidade é mostrada aos leitores que estarão cientes de que o conteúdo publicado é o trabalho dos quadrinistas que, com certeza, devem ser pagos por isso.

Plano de Creditação

O desejo por uma garantia de que os trabalhos compartilhados recebam créditos autorais se fez presente não só entre os autores, mas também entre a maioria dos leitores, seja por valorização do conteúdo consumido ou simples praticidade na hora de compartilhar publicações em forma de imagem nas redes sociais. Plataformas

como Webtoon e Tapas utilizam de meios programáticos para impedir que seus usuários façam simples capturas de tela do conteúdo publicado por autores, a partir de princípios fáceis, em um ponto de vista de desenvolvimento, de se utilizar um aplicativo móvel. O problema é que, até mesmo no caso do Webtoon que permite que o usuário recorra a uma opção de compartilhamento de conteúdo incluso na própria plataforma, não há qualquer adição de créditos autorais à imagem.

A solução é permitir que o usuário possa optar por fazer um recorte manual do quadro a ser compartilhado em forma de imagem, aplicando dentro desse espaço uma assinatura correspondente ao autor em questão. A proposta é de uma marca que sobreponha a imagem, com certa transparência no canto direito inferior do recorte, na intenção de deixar clara a autoria do conteúdo, mas sem interferir na visualização. Funcionalidades, essas, que podem ser obtidas através do uso certo de linguagens de programação.

3.4. Fluxograma

Tendo definido usuários, escopo e funcionalidades chave do projeto, o pontapé inicial para o desenvolvimento do MVP se inicia. Para isso, foi utilizado o modelo de fluxograma que implica na representação gráfica dos recursos da plataforma vistas em etapas gráficas, uma espécie de caminho a ser seguido pelo usuário com diversas ramificações, de acordo com as escolhas ao longo da jornada de uso.

Foi criado um fluxograma de blocos simples que representa as iniciais possibilidades, opções e telas que virão a existir em cada etapa do aplicativo. Por questões de organização e falta de espaço, um redirecionamento online para o fluxograma em sua totalidade estará disponível nos anexos deste documento, abaixo constará uma versão simplificada e resumida.

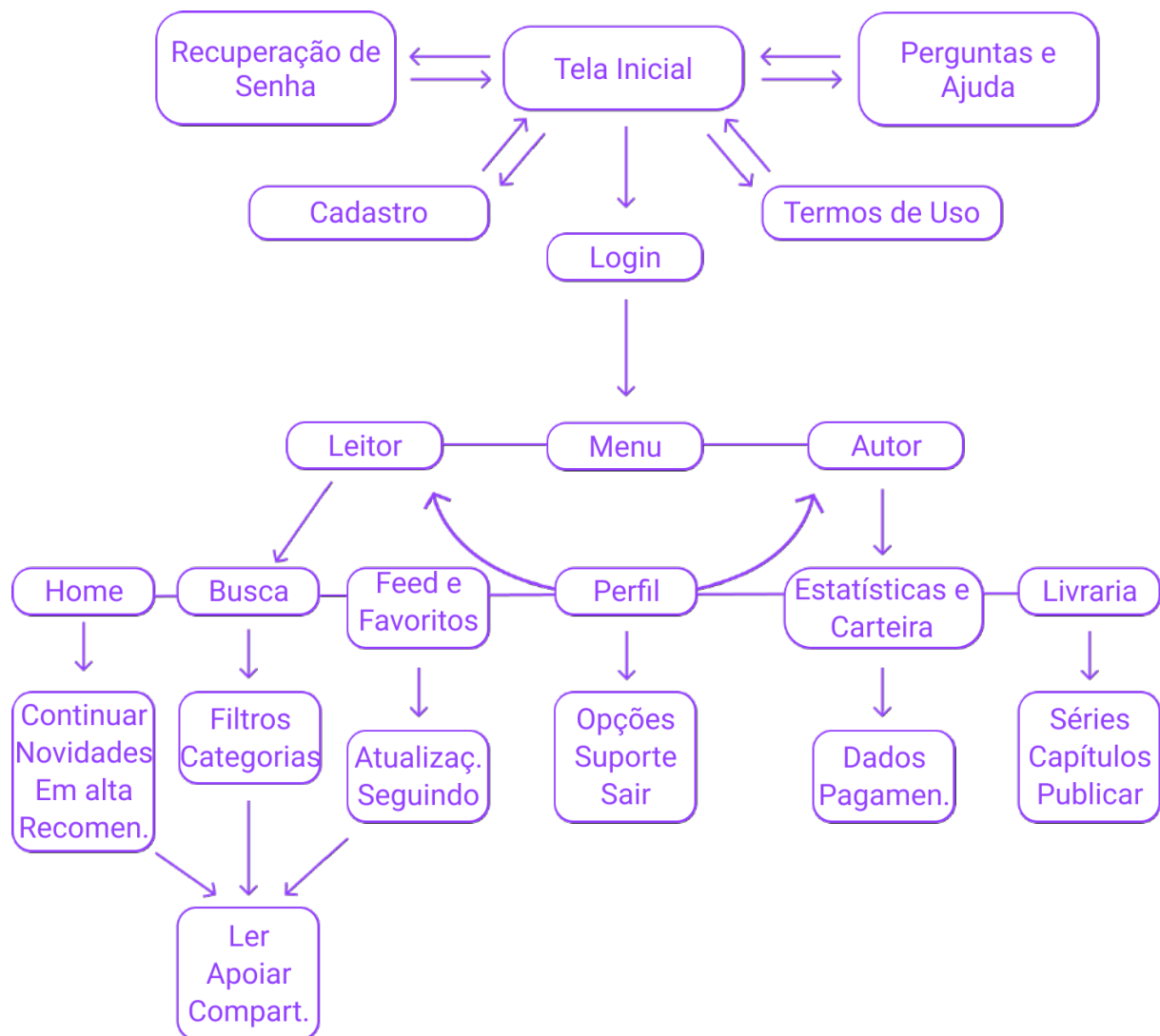


Figura 11.
Fluxograma

É importante notar que, durante o processo de desenvolvimento do MVP, o fluxograma sofreu mudanças de acordo com as necessidades e problemas identificados, assim como as seguintes etapas de planejamento do projeto. Logo, os wireframes, telas e MVP podem não apresentar exatamente o mesmo fluxo e presença de valores mostrados no fluxograma.

3.5. Marca

Considerando a natureza do projeto, surgiu a necessidade da construção de uma marca contendo logotipo e identidade visual que funcionassem como ícone gráfico e guia de estilo para o desenvolvimento do MVP.

Naming

A escolha do nome da plataforma foi uma das etapas iniciais na idealização do projeto, para que junto dele se mantivessem os conceitos e valores iniciais da proposta. Ao longo do projeto, os valores principais foram mantidos e são eles: “ler, apoiar e compartilhar”. O foco é, com a criação deste novo espaço, justamente incentivar essas três ações: a leitura de quadrinhos, o apoio de autores independentes e o compartilhamento seguro dessas publicações.

Foi feito um levantamento de possibilidades de nome utilizando de palavras-chave referentes aos valores e ao tema da plataforma. Foram elas: “Ler, compartilhar, abraçar, doar, apoiar, suporte, arte, quadrinhos, tirinhas, independente, autor, artista, leitor.”

Algumas alternativas surgiram englobando tais palavras e seus valores:

Ress Comics. ou **resscomics.** pareceu uma alternativa, já que seria uma sigla para “Read, Embrace, Suport, Share”, do inglês respectivamente, “Ler, Abraçar, Apoiar/Suportar, Compartilhar”. A sigla viria seguida da palavra “comics” que é inglês para “quadrinhos”. Mas, como o foco da plataforma é um público nacional, essa ideia foi descartada e foi dada preferência para palavras da língua portuguesa.

Indrinhos foi a segunda alternativa a ser considerada. Viria da junção da palavra “independente” com “quadrinhos” e exemplificaria bem o conteúdo da plataforma. Mas, uma breve pesquisa com alguns indivíduos retornou certa negatividade, já que sua pronúncia longa e inteiramente anasalada causa certo estranhamento.

Lacuin. foi a alternativa escolhida. O nome vem da junção das siglas para “Ler, apoiar, compartilhar” com as letras centrais na palavra “quadrinhos” e a sonoridade do “qu-” através do “-cui-”. O gênero neutro, a presença de apenas duas sílabas sonoras e a força da pronúncia, além de englobar de certa forma os valores da plataforma, transformaram esse nome, por agora, na escolha certa para dar título ao projeto.

Logotipo

A solução para o logotipo é uma combinação de assinatura tipográfica e ícone, mantendo em vista o nome bem característico da marca e criando um símbolo para ser utilizado por si só quando necessário. Foi trabalhado, também, um conceito com as palavras-chave “leitor” e “quadrinhos” para que os usuários possam se identificar facilmente. A figura de um “balão de fala” típico das HQs e de um olho que indica “visão” e “leitura” foram os alvos dos esboços.

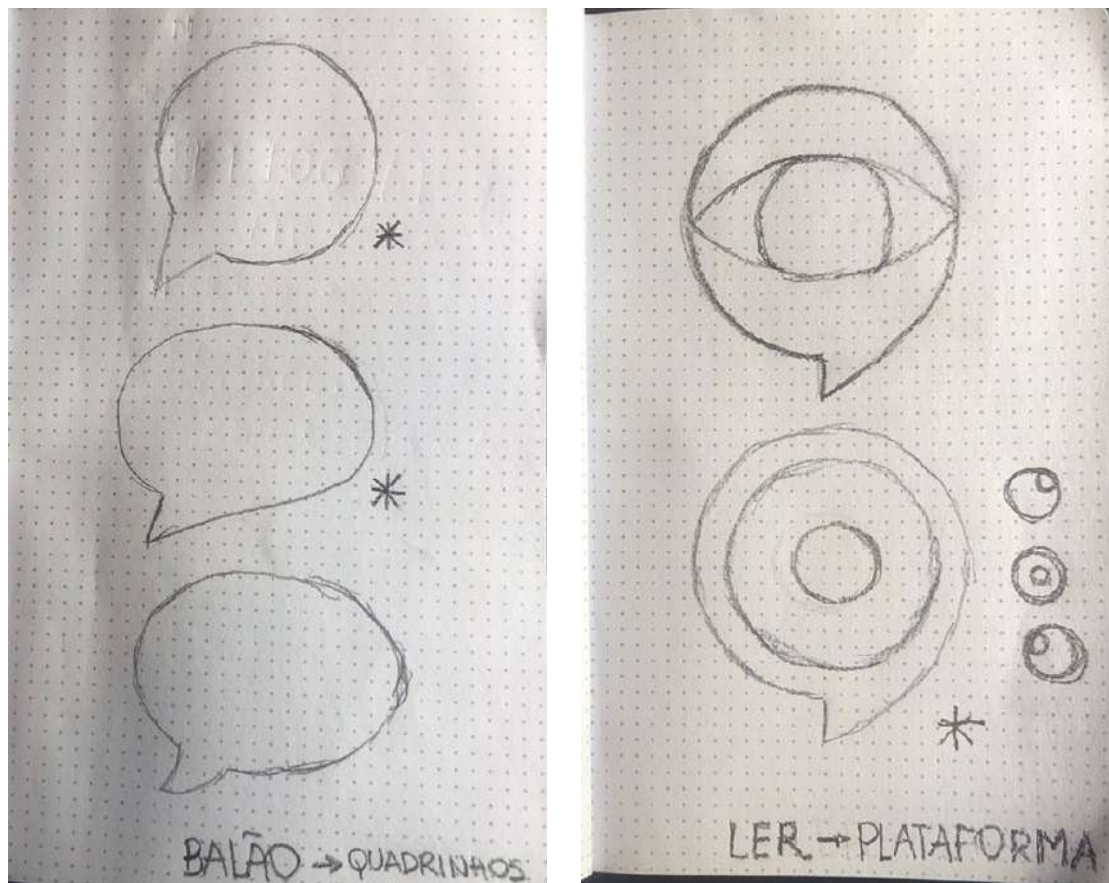
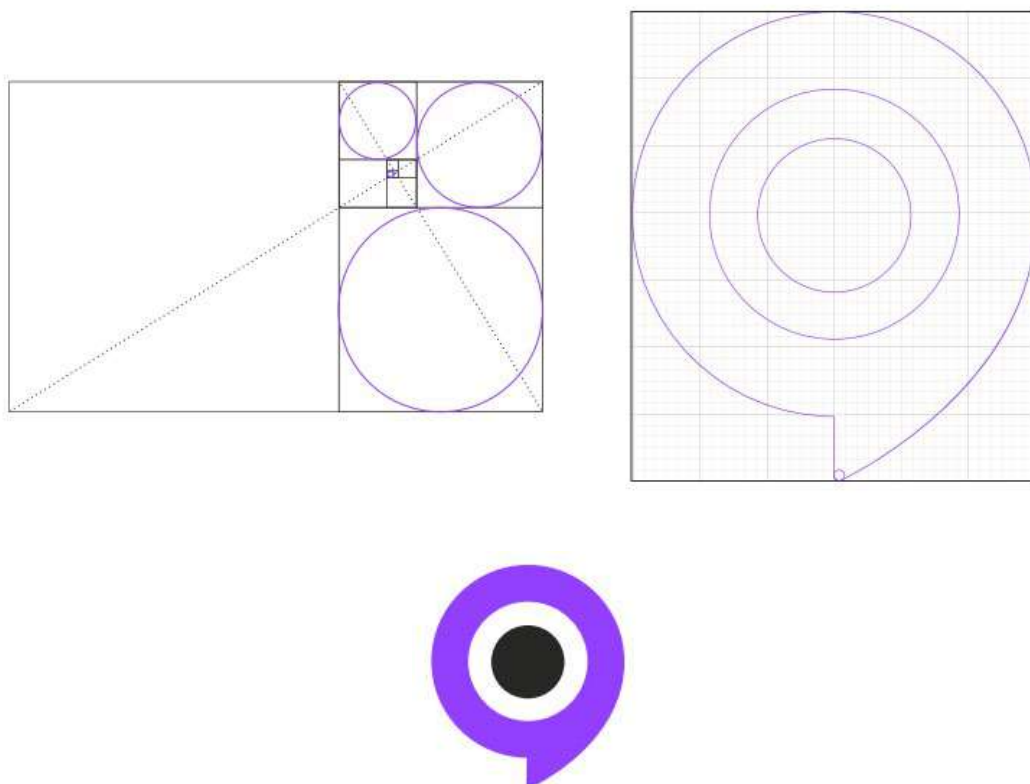


Figura 14.
Esboços do
Logotipo

Essas tentativas deram origem ao resultado final do ícone que teve um processo de construção pautado em princípios visuais de proporção e escala áurea, garantindo um resultado agradável e chamativo.

Figura 13.
Construção
do ícone



Para a assinatura tipográfica, foi escolhida a fonte Hurmes Geomatic Sans 1 por suas formas arredondadas que se assemelham ao ícone e às fontes que costumam ser usadas para HQs. A união do ícone e assinatura dão origem ao logotipo em seus formatos e variações, consolidando, assim, a marca. O manual de marca e identidade visual estarão disponíveis nos anexos do documento.

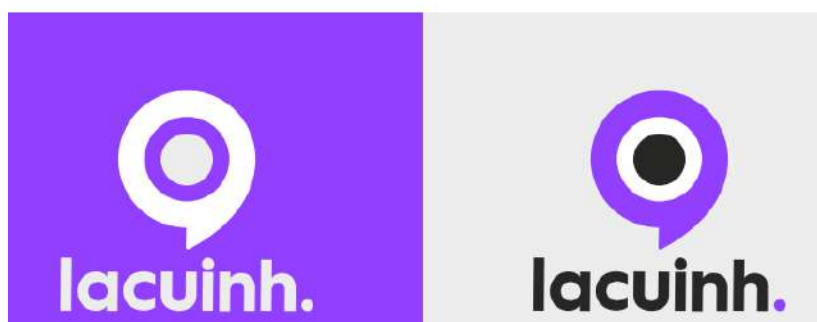


Figura 14.
Amostras da
marca em
diferentes
aplicações

4. MVP

Tendo definido a solução do problema identificado, foi prototipado um MVP da plataforma. O MVP consiste na criação do Mínimo Produto Viável que é o conjunto de funcionalidades mínimas que seguem os princípios de interface propostos no manual da marca junto do que foi desenvolvido como solução. Dessa forma, pode-se validar o mercado e a abordagem, sem perder muito tempo ou dinheiro desenvolvendo soluções muito complexas que podem não render frutos.

4.1. Wireframes

Os *wireframes* são representações básicas e simplificadas que servem para demonstrar de forma direta a arquitetura de como a interface final poderá ser de acordo com o escopo definido até então. Eles fazem parte do processo inicial de layout e não seguem o estilo e valores definidos no manual da marca, servem para esboçar o princípio de uma interface mais elaborada e suprir a ausência de telas finalizadas em um cenário de protótipo. A seguir, seguem alguns dos primeiros esboços e principais *wireframes* criados durante o projeto.

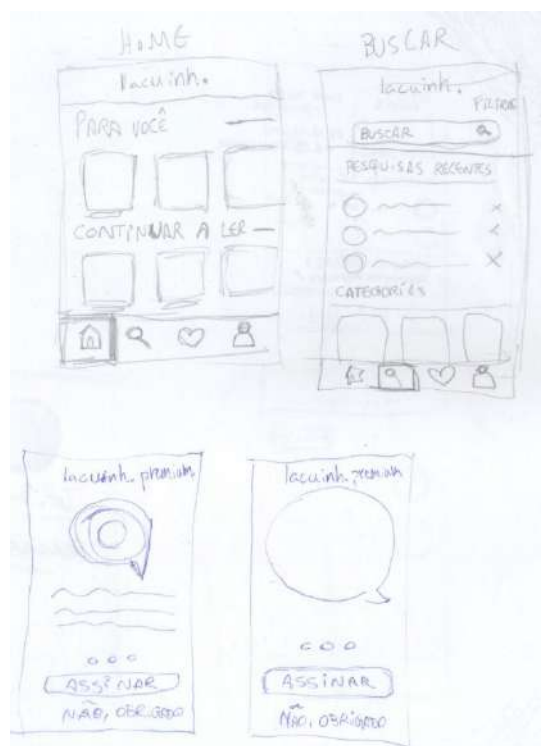


Figura 15.
Esboços
iniciais de
Wireframes



Figura 16.
Exemplos de
Wireframes

4.2. Jornadas de Usuário

Com a definição da arquitetura do aplicativo e o desenvolvimento da interface, foram elaborados dois casos de uso que definem as jornadas de usuário com base nos grupos de persona criados durante o processo de solução. Sendo assim, serão narrados pequenos casos de uso que esse MVP cobre e como ele soluciona os problemas identificados ao longo do desenvolvimento dessa solução, seguido de representação gráfica sequencial dessa jornada com as telas de interface finalizada.

Jornada I: Leitor

William acessa o aplicativo “*lacuihn.*” e está ansioso por ler alguns quadrinhos durante o trajeto do ônibus a caminho do trabalho. Na página inicial “Home”, ele recebe algumas recomendações de leitura com base nos últimos quadrinhos que acessou e, por curiosidade, ao invés de continuar a ler a série que já acompanhava, resolve iniciar uma das séries recomendadas. Ele lê uma breve sinopse do conteúdo e, interessado, acessa o primeiro capítulo para começar a leitura.

Como de costume, ele assiste a um anúncio por alguns segundos, dessa vez uma propaganda interna com oferta de o plano premium. Ele recusa, por enquanto, já que não se importa de ver anúncios vez ou outra por apenas alguns segundos e começa a ler o capítulo.

William gostou do que leu. Especialmente de um quadro em específico e resolve compartilhar aquela parte da história com seus seguidores no Instagram. Para fazer isso, seleciona o botão de compartilhar e, então, a opção de compartilhar por quadro. Ele faz o recorte da parte que deseja, alinha o corte de forma que a assinatura do autor não atrapalhe a visualização do conteúdo e, então, finaliza na rede social. Feito o compartilhamento, William retorna ao aplicativo e à página da série, lá ele percebe que o primeiro capítulo foi marcado como visualizado por último.

Tendo gostado dessa nova série, ele resolve acessar o perfil do autor pressionando o nome próximo ao título da história. Lá ele visualiza as informações do autor e resolve segui-lo para acompanhar suas atividades, pressionando o símbolo no canto superior direito da tela. Tendo gostado realmente do trabalho, ele resolve, então, apoiar o autor para incentivá-lo a continuar com suas publicações.

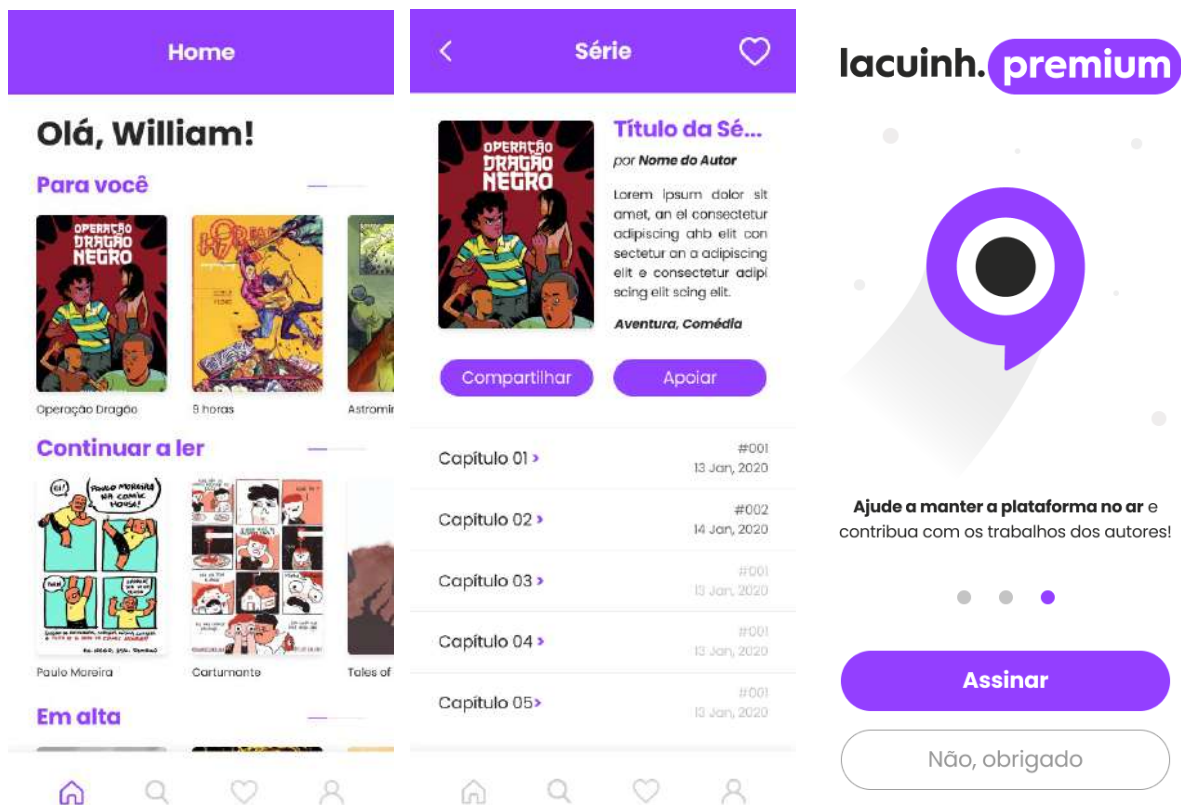
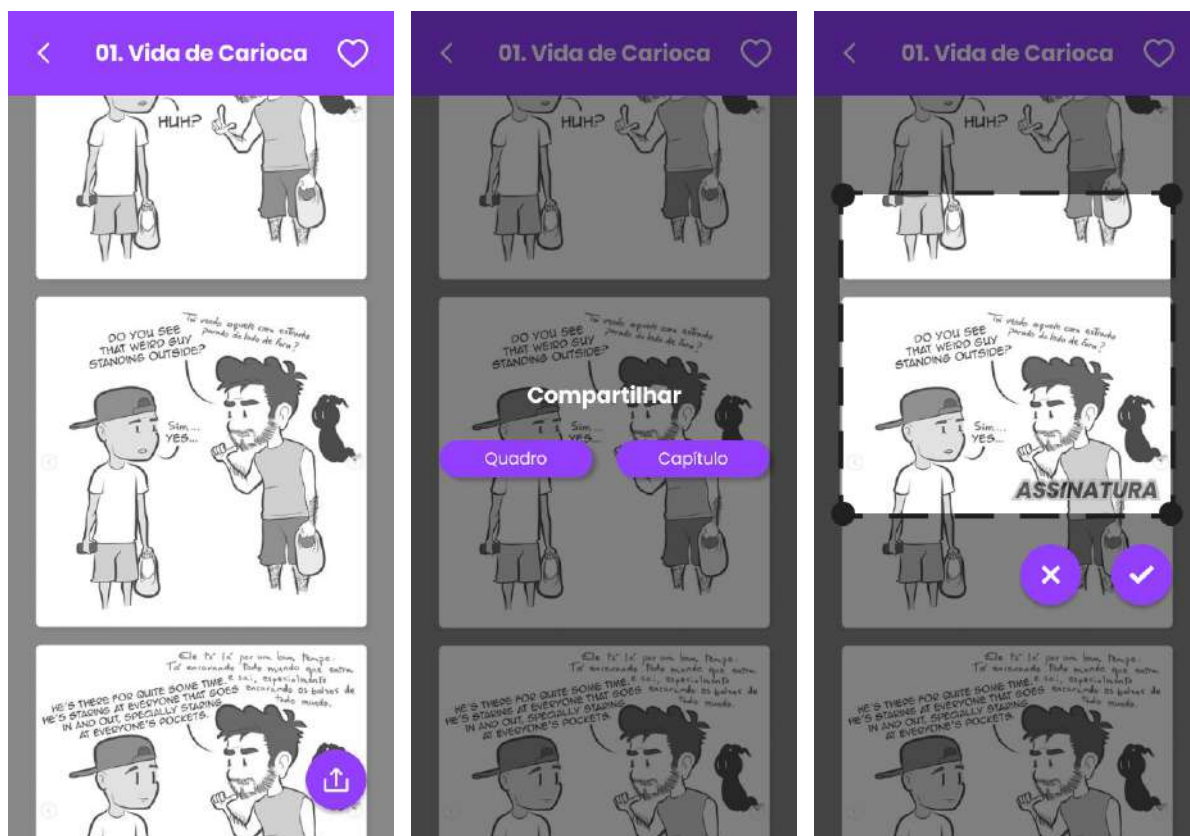


Figura 17.
Telas de
Jornada do
Leitor



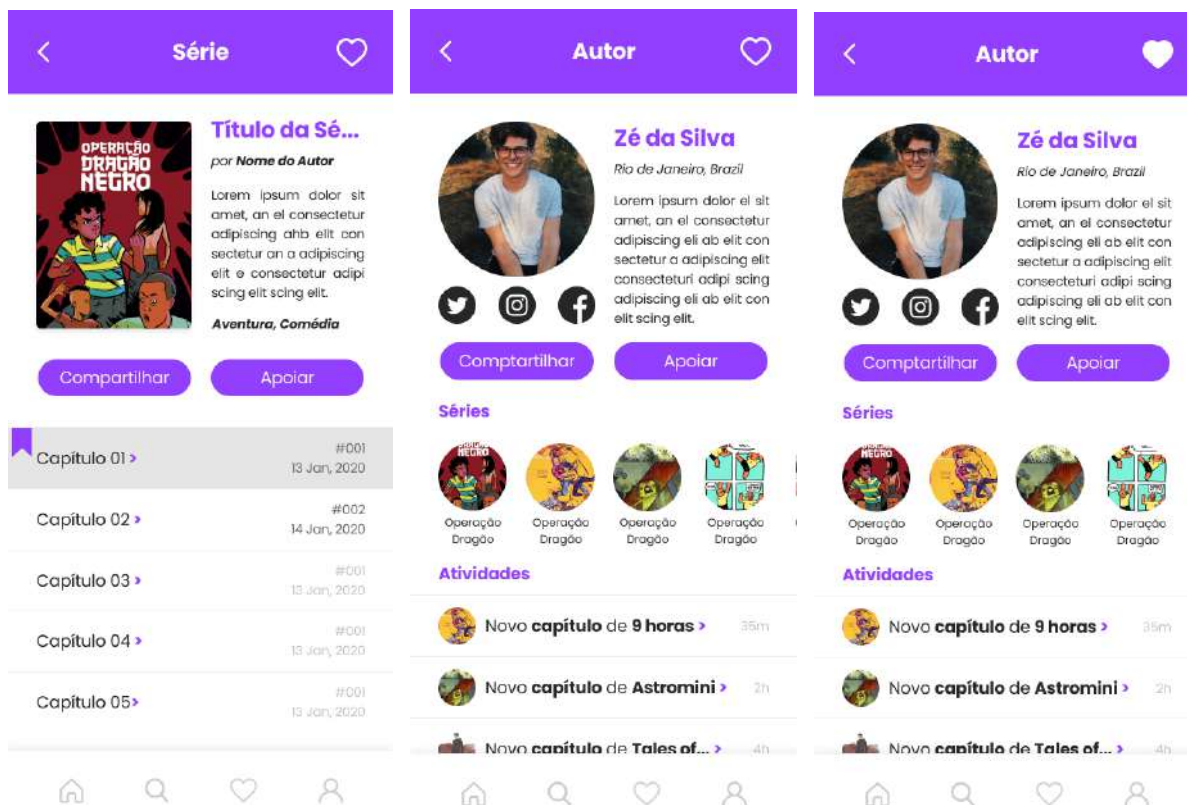


Figura 18.
Telas de
Jornada do
Leitor



Jornada II: Autor

Naomi está na sua página de perfil como leitora, mas ela tem um novo conteúdo para publicar, então alterna para o perfil de autora. Tendo acesso ao menu de autor, ela segue para sua página de “Livraria”, onde pode visualizar as “Séries” que já tem publicadas, assim como publicar uma “Nova Série”.

Ela pretende publicar uma “Nova Série”, então pressiona o respectivo botão e é direcionada à página de “Nova Série”, onde insere a capa que servirá de *thumbnail* para sua HQ, o título da história, sua descrição e as categorias as quais a série pertence. Criada a “Nova Série”, ela retorna à “Livraria” e resolve acessar uma de suas “Séries” mais antigas.

Na página de sua “Série”, seleciona “Novo Capítulo” já que também tem conteúdo pronto para ser publicado. Naomi insere o título do capítulo, a opção de “Publicar Agora” e o layout em quadros, para então fazer upload nas imagens de cada quadro. Alcançando o resultado desejado, ela publica o “Novo Capítulo” e retorna à página da “Série”, vendo que foi publicado com sucesso. Então, resolve acessar a página de “Estatísticas” através do menu inferior, em que pode ter uma noção geral de seu crescimento como autora e a renda arrecadada. Para finalizar, ela seleciona “Resgatar” para receber o pagamento pelo seu trabalho.

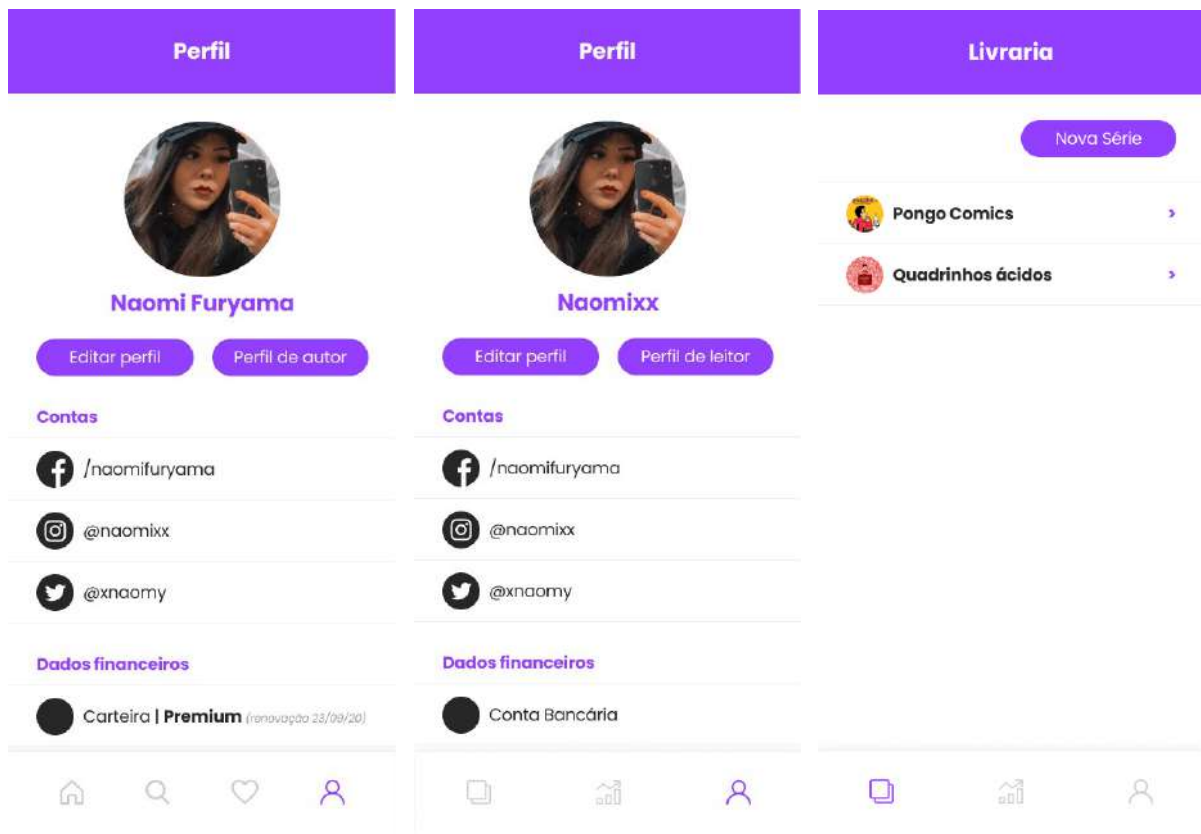


Figura 19.
Telas de
Jornada do
Autor

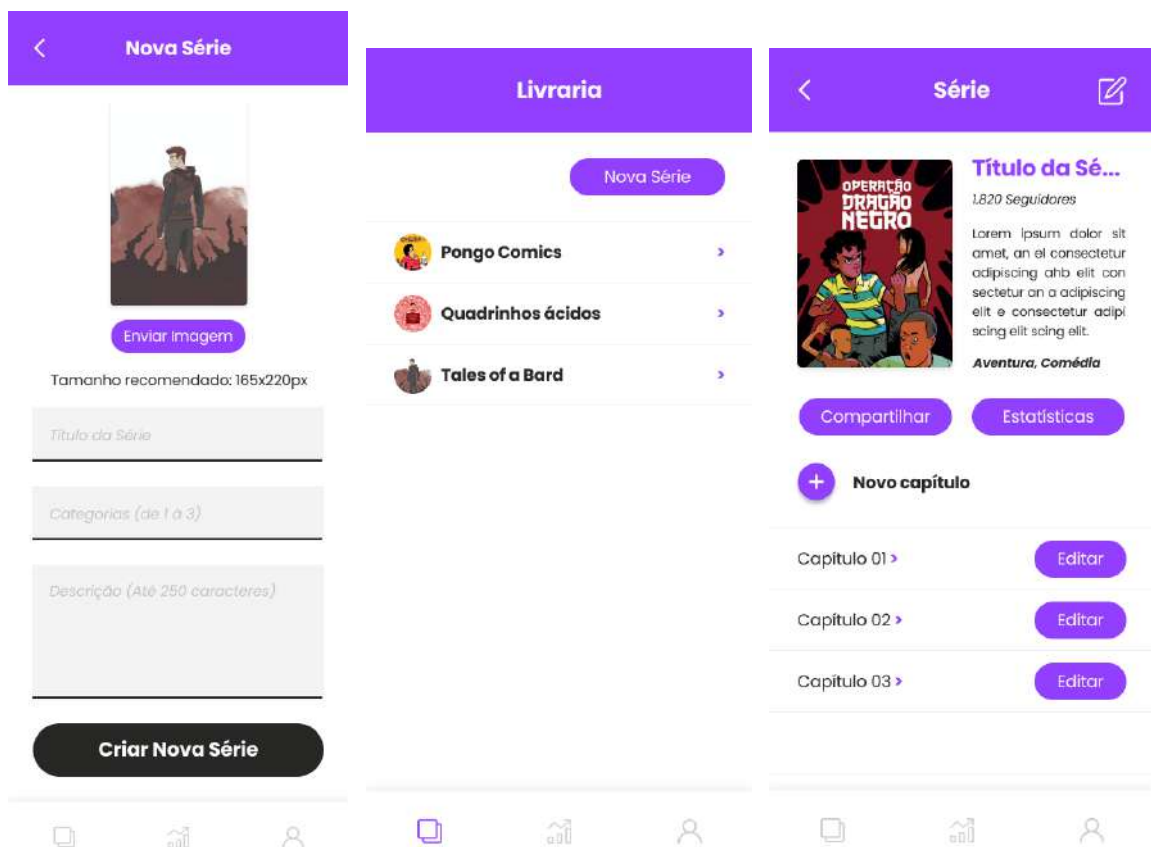


Figura 20.
Telas de
Jornada do
Autor

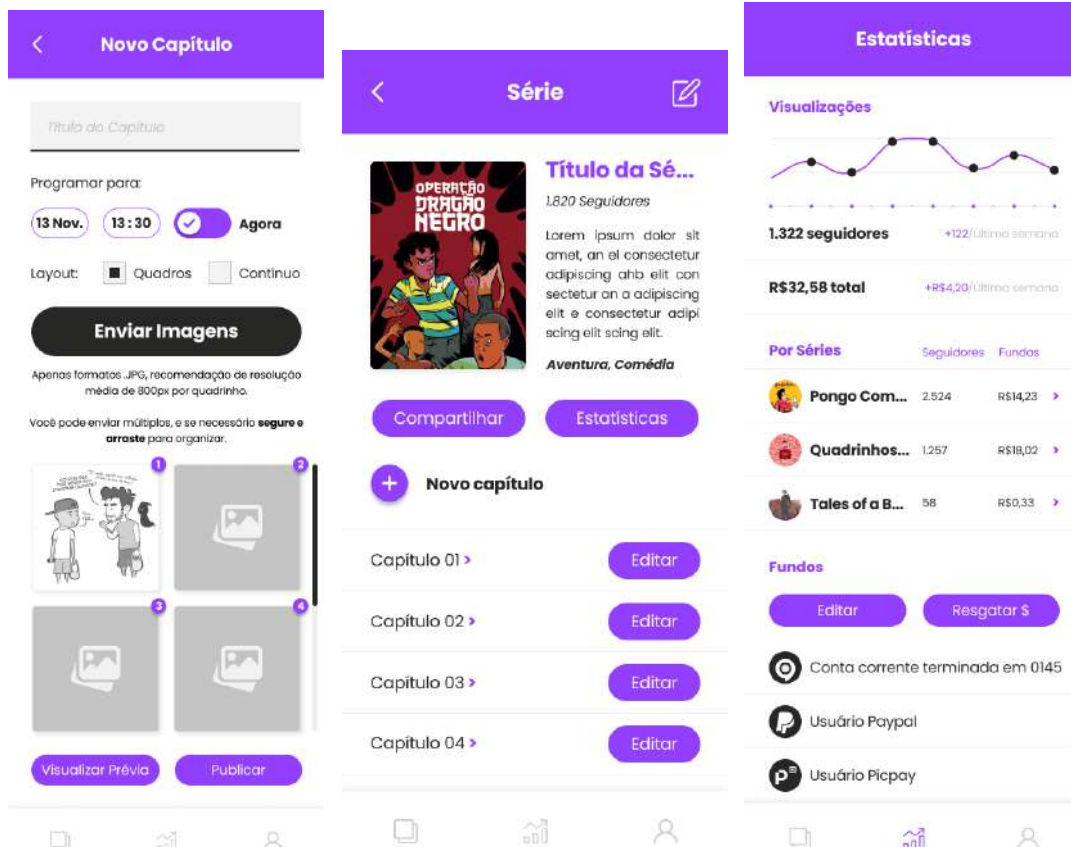


Figura 21.
Telas de
Jornada do
Autor



4.3. Demais resultados

Além das telas que fazem parte dos casos de uso ou jornadas de usuário, verificaram-se mais resultados com base na interface e estilo propostos ao longo do processo e manual da marca. Seguem, abaixo, algumas das principais telas que fazem parte da solução MVP.

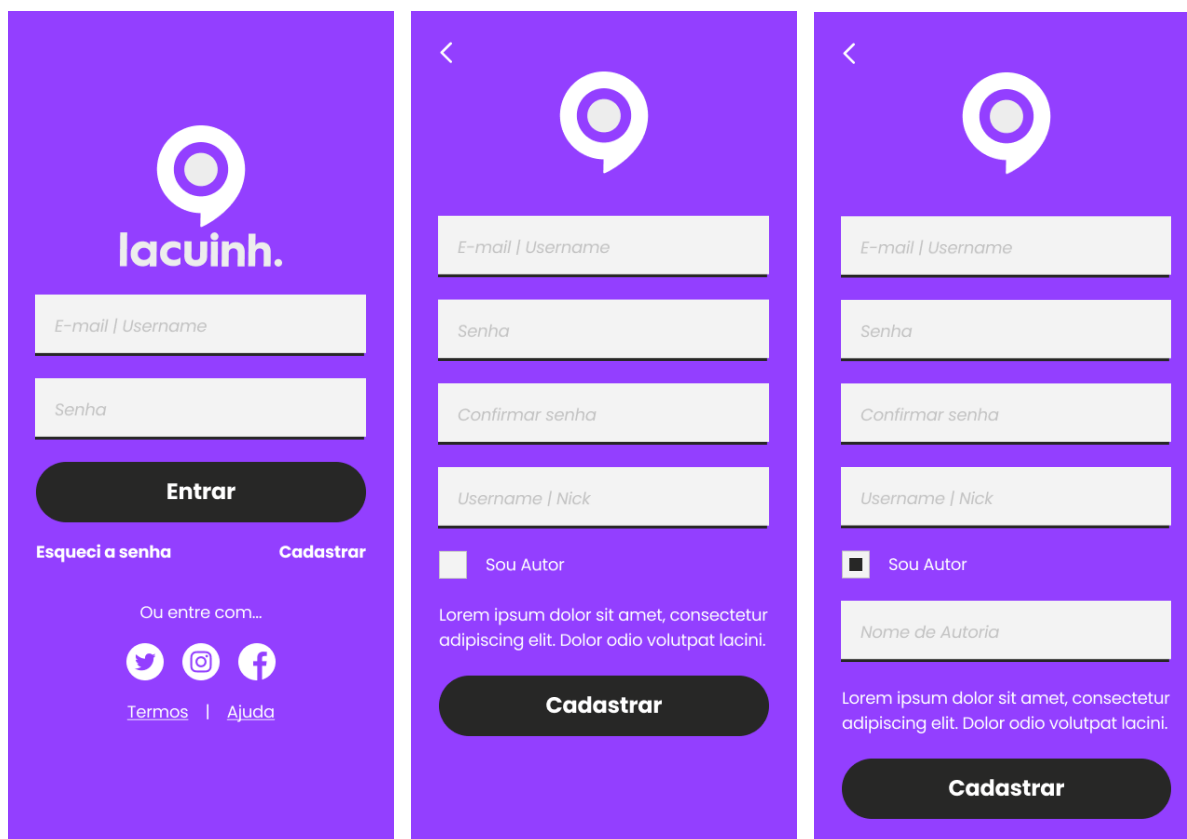


Figura 22.
Resultados
de Telas
Finais

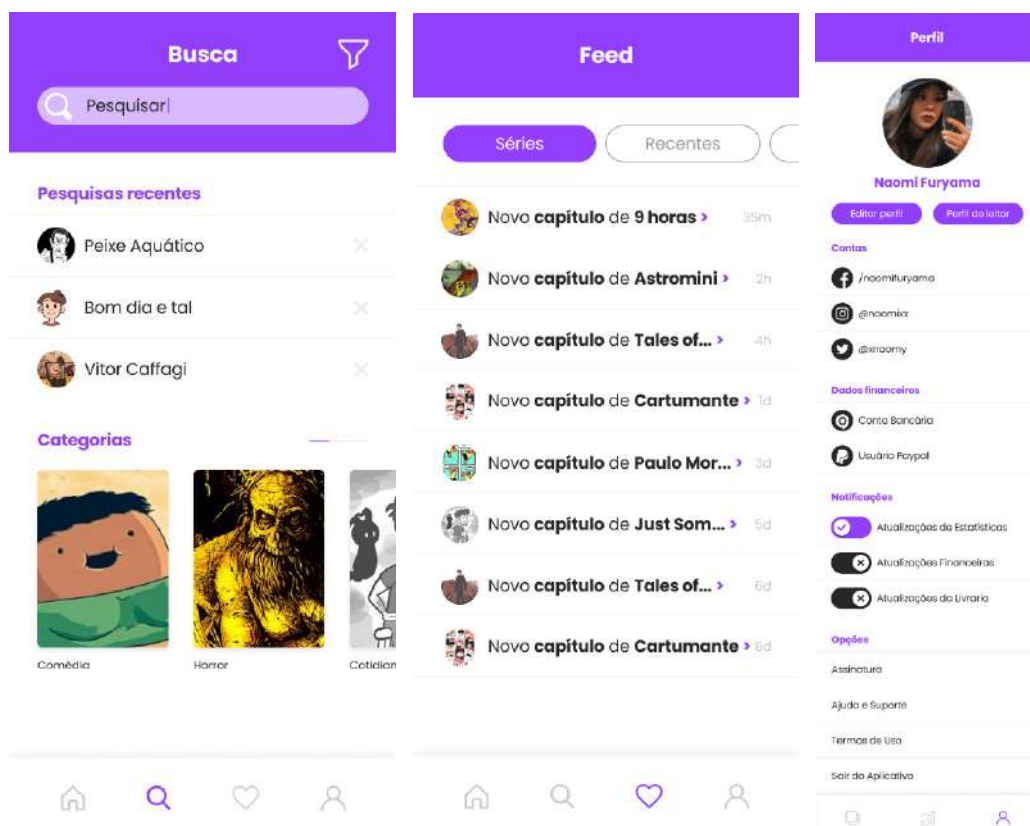
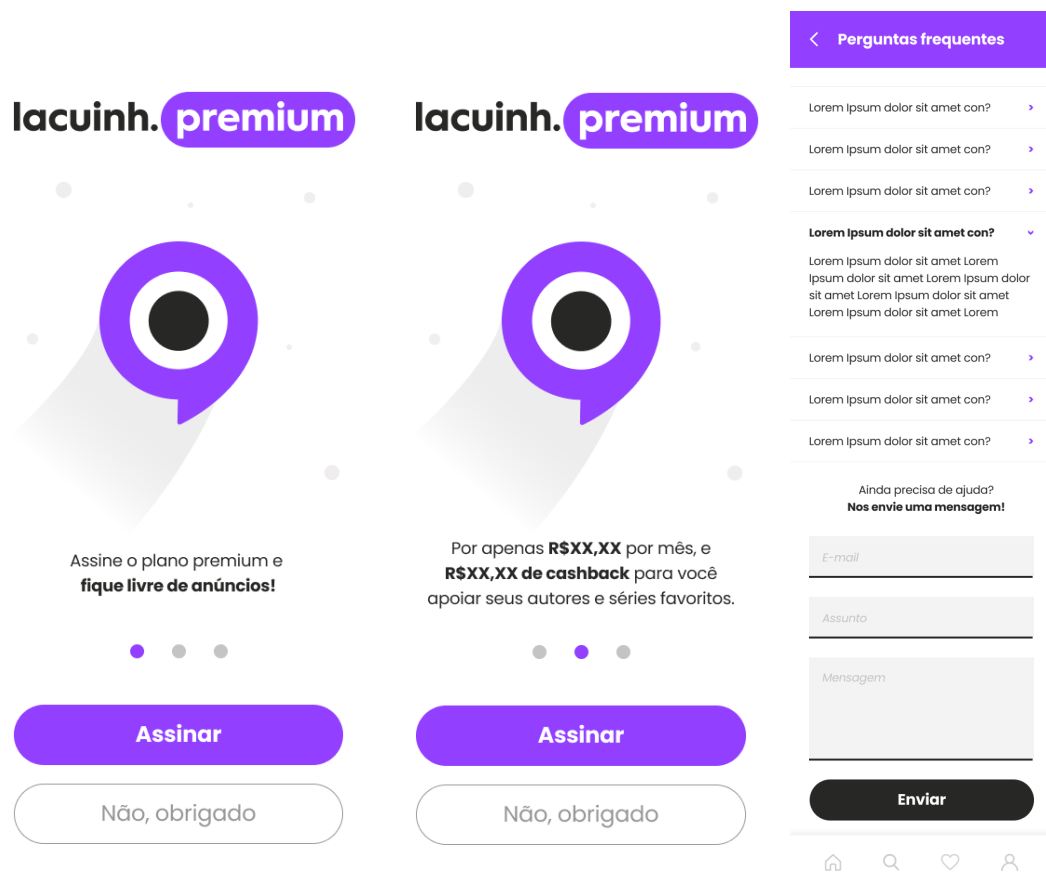



Figura 23.
Resultados
de Telas
Finais

Perfil





Naomi Furyama


Editar perfil

Perfil do autor


Contas


 /naomifuryama

 @naomixx


 @xnaomy


Dados financeiros


 Carteira | Premium (valorização 25/100%)


 Usuário Paypal

Notificações

 Atualizações Autores

 Atualizações Séries

 Atualizações Recomendações





 Atualizações Séries em Alta

Opções

Ajuda e Suporte


Termos de Uso

Sair do Aplicativo

<

Estatísticas de Série



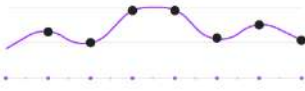
Título da Sé...

1820 Seguidores

Lorem ipsum dolor sit amet, an el consectetur adipiscing ahd elit con sectetur an a adipiscing elit. e consectetur adipi scing elit scing elit.

Aventura, Comédia

Visualizações



1820 seguidores

+122/última semana


R\$32,58 total


+R\$4,20/última semana


Fundos




Editar

Resgatar \$

 Conta corrente terminada em 0145

 Usuário Paypal

 Usuário Picpay

48

Conclusão

Esta primeira versão do protótipo foi concluída com base em avaliações a partir de um breve estudo de cenário e pesquisa para criação de proto-personas, sem o aprofundamento ideal para um projeto desse escopo. Tal abordagem objetivou agilizar o desenvolvimento para lidar com os poucos recursos e informações em mãos, mas sem abandonar o foco de atender às principais necessidades do usuário.

Acredito que, com mais alguns retoques e um investimento inicial, essa plataforma e identidade visual poderiam passar por situação de validação, no mundo real, para que o projeto ganhe vida e se concretize como solução para os problemas de seu público-alvo. Algumas decisões, como o nome da marca e certas escolhas no layout podem acabar sendo revisitadas, mas acho que um teste aberto, talvez com aqueles que participaram da pesquisa de exploração do problema, seja o ideal antes de realizar qualquer mudança.

A intenção é que os próximos estágios sejam de finalizações do protótipo para que ele seja testado com o público e aprimorado para um possível lançamento. No mais, esse projeto se conclui levantando mais algumas questões e procurando ainda mais soluções. “Qual a melhor forma de garantir que o leitor sempre retorne? Como incentivar a publicação de novos autores? Como atrair autores já consolidados em outras plataformas? Seria viável acrescentar mais plataformas vinculáveis além das redes sociais, como o Behance ou Pinterest? Seria interessante permitir que os Autores possam exercer mais atividades além de publicar Séries e Capítulos?”, essas são algumas das perguntas que surgiram e que poderão vir a ser abordadas em um futuro próximo.

Desenvolver esse projeto foi uma tarefa difícil de conciliar ao trabalho e período precário de PLE, além dos imprevistos e empecilhos da época de pandemia. Acima de tudo, realizar esse projeto foi um desafio para mim, não só como designer, mas também como leitor e aspirante a autor. Tive um problema em mente dentro dos papéis e aspirações que tenho, investiguei, procurei pelas necessidades dos demais na minha posição e cheguei a uma solução.

Assim, feito de usuário para usuário, concluo essa fase do projeto: a prática de um protótipo idealizado que atende, não só aos anseios do Leitor e Autor Pedro, mas também de todos os que foram representados nesse processo.

Bibliografia

Brasil tem 424 milhões de dispositivos digitais em uso, revela a 31ª Pesquisa Anual do FGVcia. FGV, 08 Jun. 2020. Disponível em: <<https://portal.fgv.br/noticias/brasil-tem-424-milhoes-dispositivos-digitais-uso-revela-31a-pesquisa-anual-fgvcia>>. Último acesso em 23 Out. 2020.

BURSZAN, David. **Interview with Chang Kim, CEO and Founder of Tapastic.** Den of Geek, 5 Dez. 2013. Disponível em: <<https://www.denofgeek.com/culture/interview-with-chang-kim-ceo-and-founder-of-tapastic/>>. Último acesso em: 01 Nov. 2020.

CABEAL, Dustin. **An interview with Junkoo Kim Creator of line Webtoon.** Comic Bastards, 27 Fev. 2015. Disponível em: <<https://comicbastards.com/comics/an-interview-with-junkoo-kim-creator-of-line-webtoon>>. Último acesso em: 27 Out. 2020.

EISNER, Will. **Quadrinhos e a Arte Sequencial**, 4ª ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

GONÇALVES, Vitor. **Fluxograma: O que é, como fazer, tipos e exemplos.** Grupo Voitto, 24 Set. 2020. Disponível em: <<https://www.voitto.com.br/blog/artigo/fluxograma>>. Último acesso em: 12 Out. 2020.

How to prevent Screen Capture in Android? Stackoverflow, 2015. Disponível em: <<https://stackoverflow.com/questions/28606689/how-to-prevent-screen-capture-in-android>>. Último acesso em 22 Out. 2020.

INFANTE, Gabriel. **Alienaldo.** Catarse. Disponível em: <<https://www.catarse.me/alienaldo>>. Acesso em: 25 Nov. 2020.

Korean Webtoons going global. The Korea Herald, 25 Mai 2014. Disponível em: <<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20140525000452>>. Último acesso em 27 Out. 2020.

MARINHO, Fernando. **História em quadrinhos**. Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/redacao/historia-quadrinhos.htm>>. Último acesso em: 02 Nov. 2020.

MARKETEAM. **Monetização de aplicativos**: 5 modelos para gerar receita. Usermobile, 19 Dez. 2019. Disponível em: <<https://usemobile.com.br/monetizacao-de-aplicativos-modelos-receita/>>. Último acesso em: 26 Out. 2020.

Bottom Navigation. Material Design. Disponível em: <<https://material.io/components/bottom-navigation#usage>>. Acesso em: 22 Out. 2020.

MCCLOUD, Scott. **Understanding Comics**: The Invisible Art. Nova Iorque: Harper Collins, 1994.

MCCLOUD, Scott. **Reinventing Comics**: How Imagination and Technology Are Revolutionizing an Art. Nova Iorque: Harper Collins, 2000.

MOBILELIVE. **Design Thinking**: Turning minimum viable into most valuable product. Medium, 09 Jul. 2019. Disponível em: <<https://medium.com/datadriveninvestor/design-thinking-turning-minimum-viable-into-most-valuable-product-1891f8465e1e>>. Último acesso em 29 Set. 2020.

NAKAMURA, Vinicius. **Design Thinking e Lean Inception**. Medium, 11 Out. 2018. Disponível em: <<https://medium.com/@vinciusnakamura/design-thinking-e-lean-inception-c9c13f746a9>>. Último acesso em 25 Out. 2020.

OTTONI, Cora. **Os Zeladores do Tempo**: Uma HQ e sua narrativa transmídia. Trabalho de Conclusão de Curso - Faculdade de Comunicação Visual Design, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

RAMOS, André de Freitas. **Digital Comics**: A linguagem visual das histórias em quadrinhos e o paradigma digital - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Abril, 2017.

PARK, Jiwon. **Korea 's webtoon market experiences exponential growth over past 10 years**. The World On Arirang! 14 Ago. 2014. Disponível em: <http://www.arirang.co.kr/news/News_View.asp?nseq=166701>. Acesso em: 27 Out. 2020.

PINHEIRO, Rapha. **O Perfil do Leitor de Quadrinhos em 2019**. Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <<https://docs.google.com/document/d/e/2PACX-1vQNC-abQDTIKry22ABhg4soeC-5Js-CAI6iGIfa-Jo0ZBBgGmHJjILRsJBI9as42w/pub>>.

Projeção de População levantada pelo IBGE. IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/box_popclock.php>. Último acesso em 23 Out. 2020.

React Native Image Crop Picker. GitHub. Disponível em: <<https://github.com/ivpusic/react-native-image-crop-picker>>. - Último acesso em 22 Out. 2020.

SERAFINO, Jason. **The YouTube Of Comics: How Tapastic Offers New Publishing Opportunities For Creators And Fans**. Tech Times, 20 Mai 2015. Disponível em: <<http://www.techtimes.com/articles/54294/20150520/youtube-comics-tapastic-creating-new-publishing-opportunities-creators-fans.htm>>. Último acesso em 01 Nov. de 2020.

What is AdMob? Google. Disponível em: <<https://admob.google.com/home/resources/what-is-admob/>>. Último acesso em: 22 Out. 2020.

Acesso ao Fluxograma

< <https://www.figma.com/file/ax3m7WPGh2NDSNNCq9D8XY/lacuih.-fluxograma?node-id=0%3A1>>

Acesso aos Wireframes

< <https://www.figma.com/file/nOPxJbPXSjt0RBVo6qM3HQ/lacuih.-Wireframes?node-id=169%3A0>>

Acesso às Telas

< <https://www.figma.com/file/CUdQPQqLfKHDA71haYZfdh/lacuih?node-id=167%3A761>>

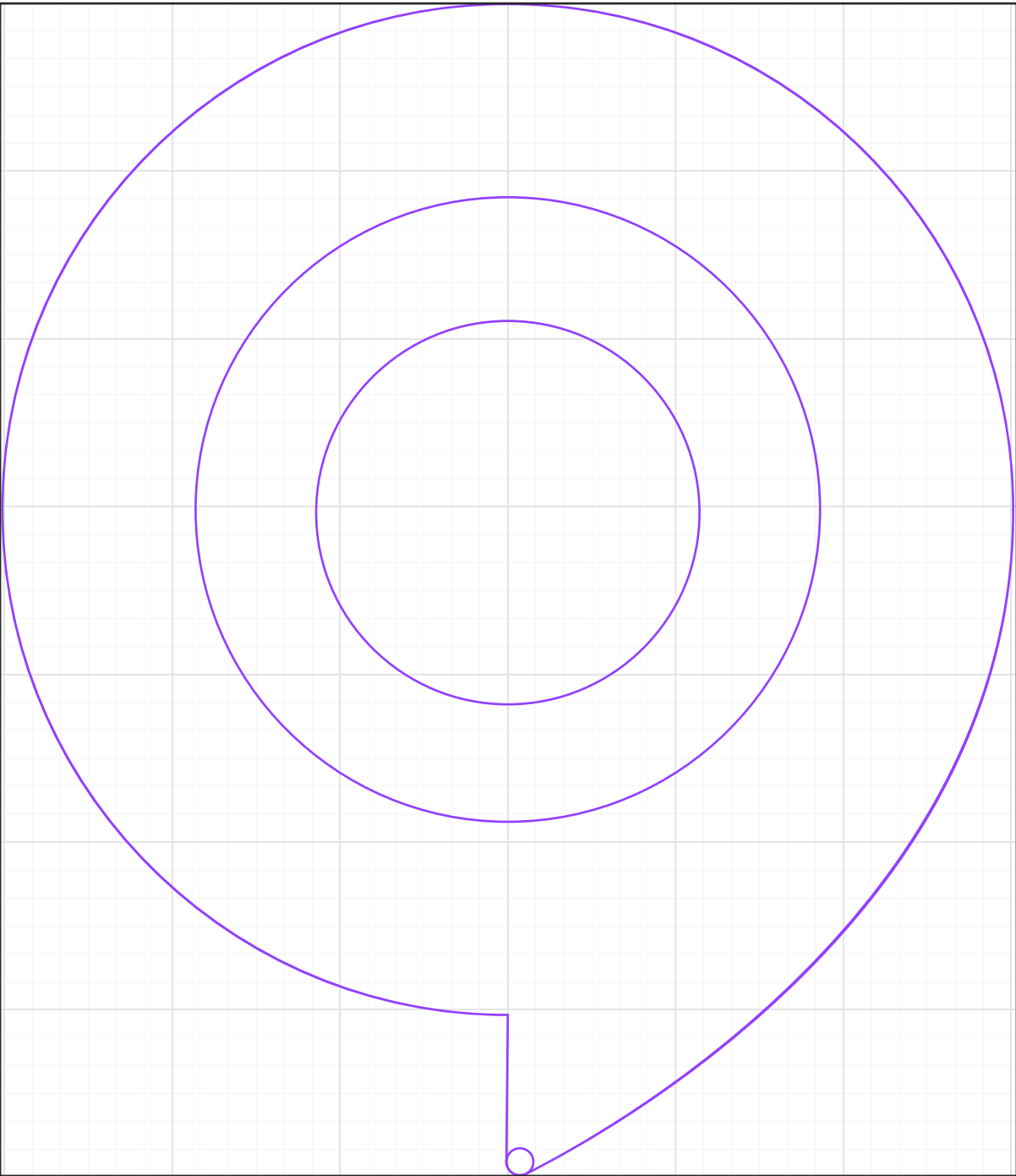
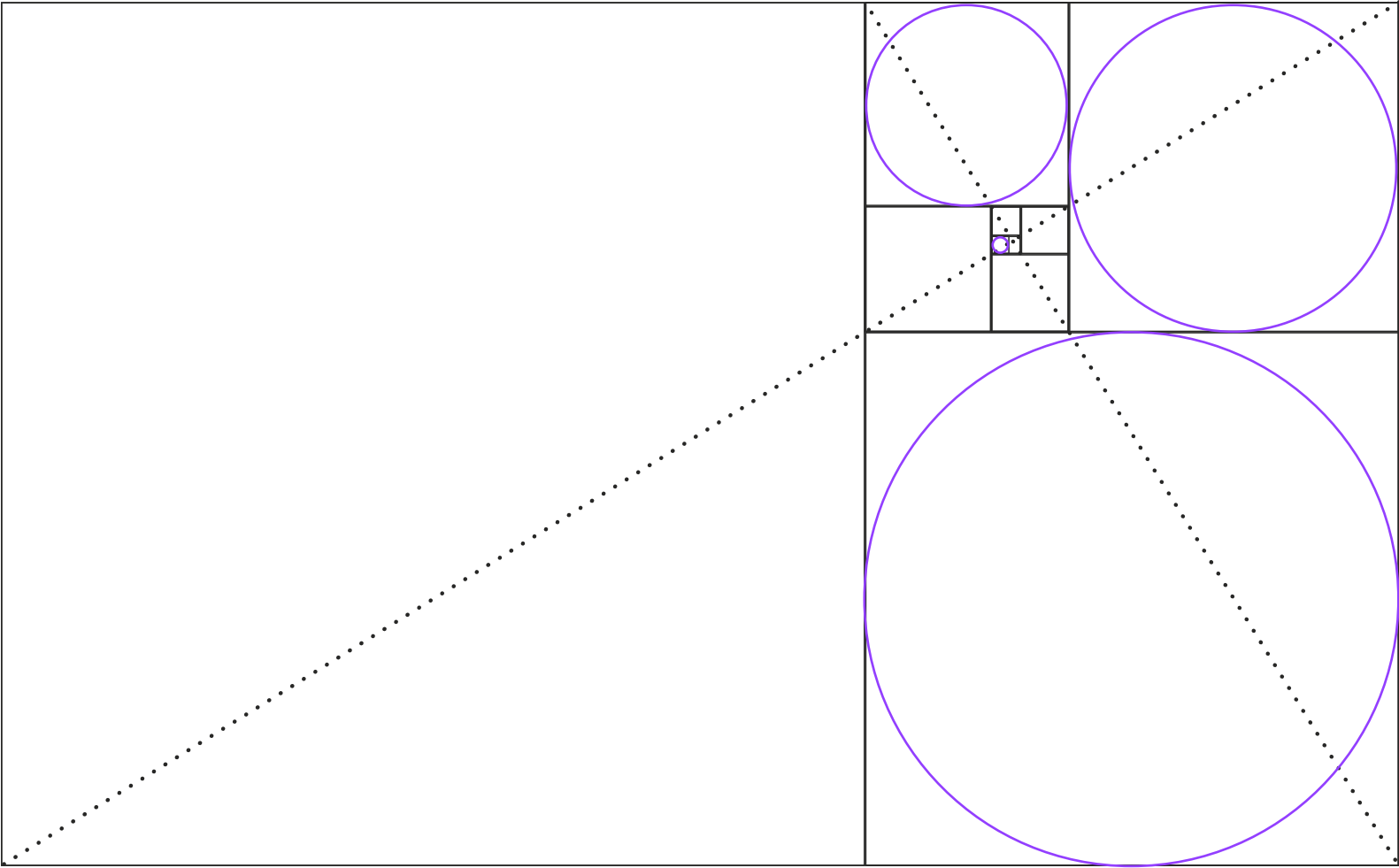


lacuinh.

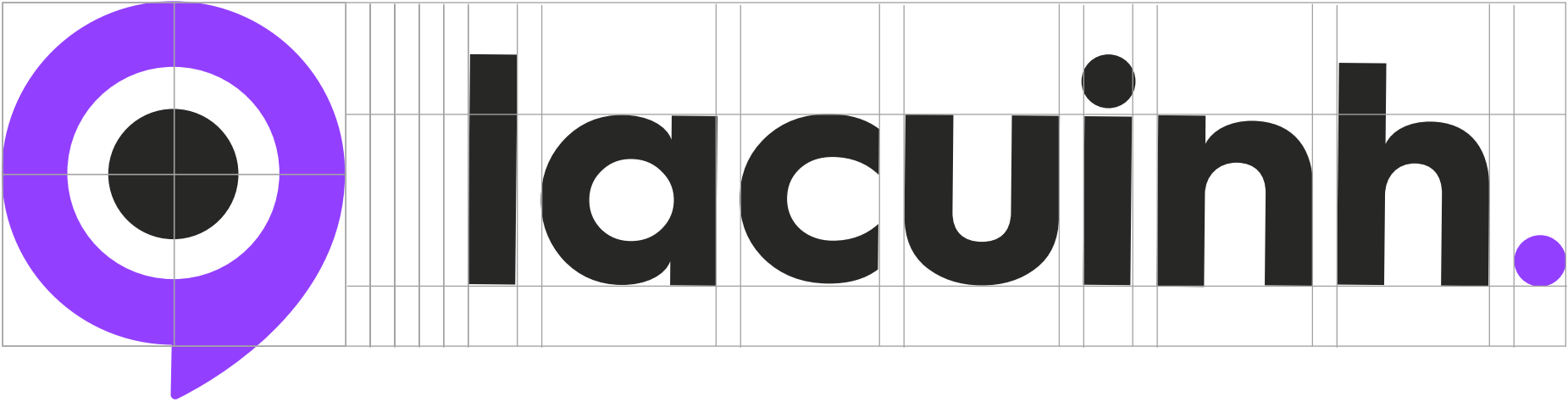
manual da marca



construção
da marca



construção
da marca



**padrão
de cores**



#933FFF

R: 147 G: 63 B: 255

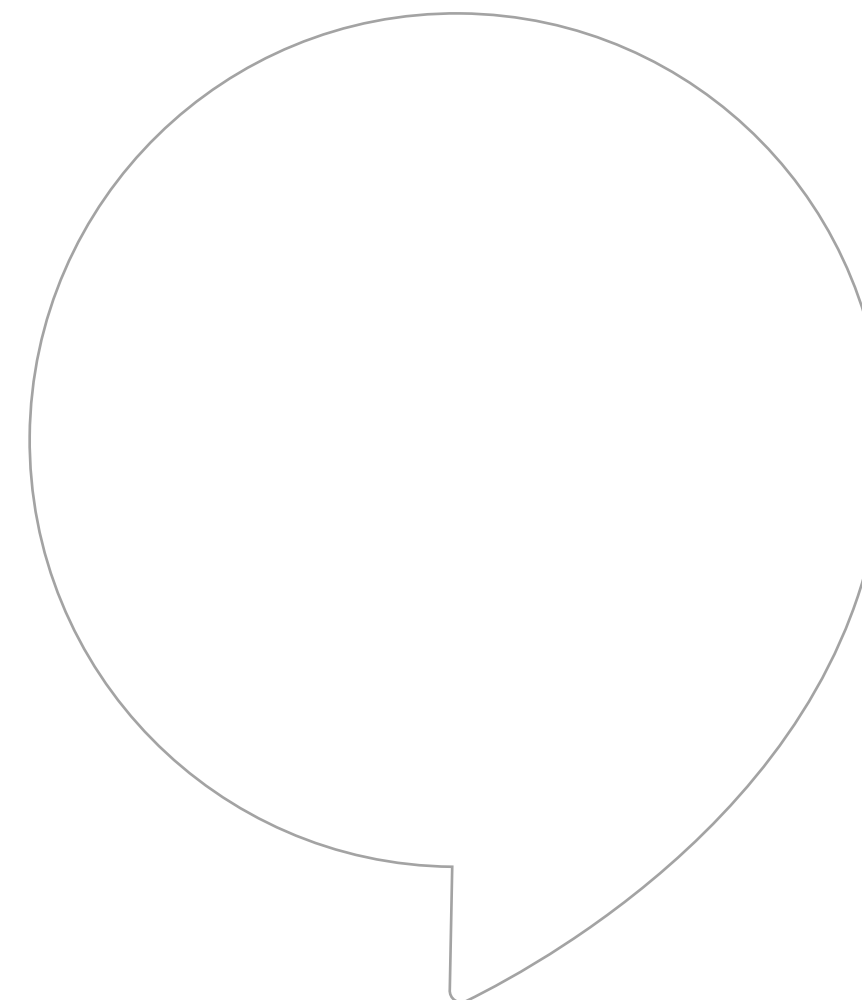
C: 73% M: 76% Y: 0% K: 0%



#272726

R: 39 G: 39 B: 38

C: 72% M: 62% Y: 60% K: 75%



FFFFFF

R: 255 G: 255 B: 255

C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%

padrão tipográfico

PRINCIPAL | HURME GEOMETRIC SANS 1

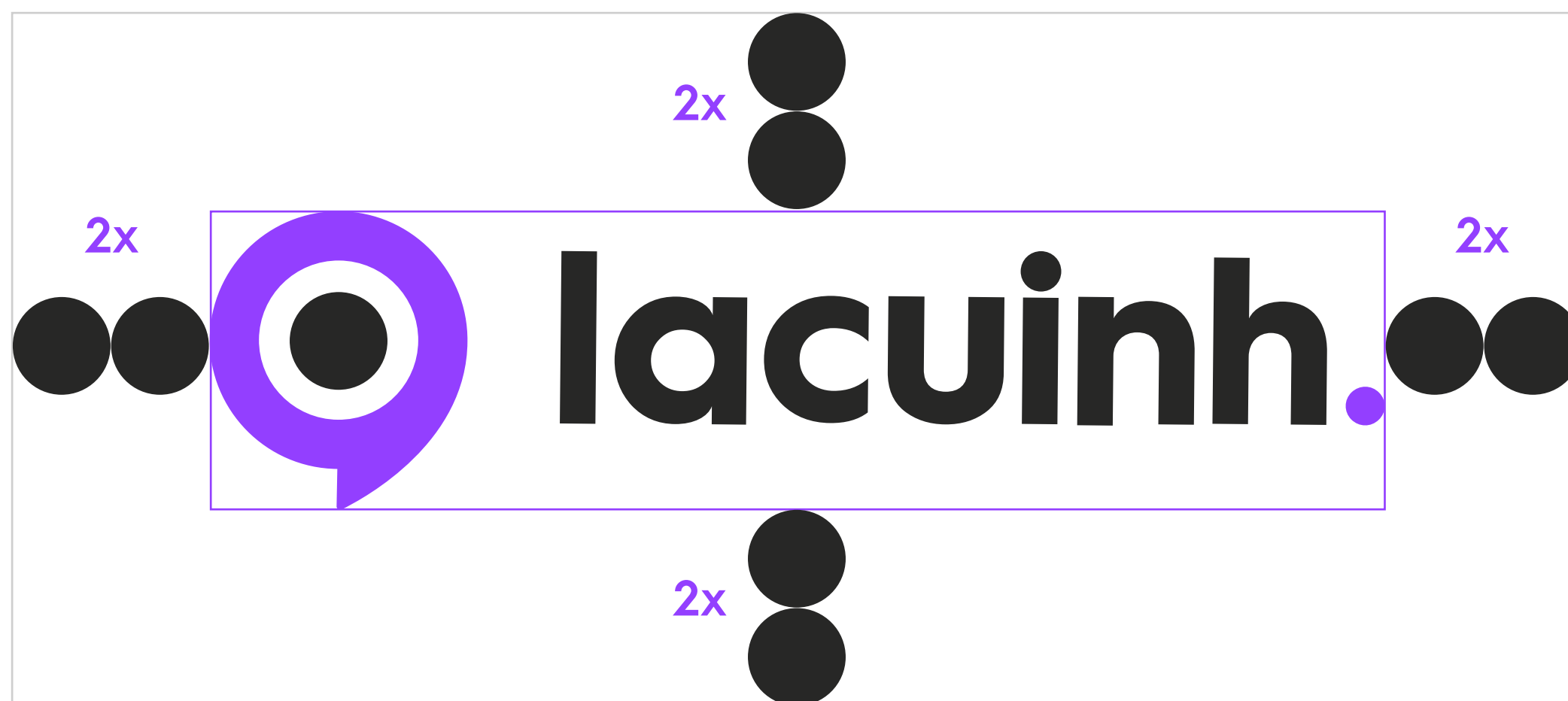
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
123456790-!@#\$%^&*()_{}:<

DE APOIO | POPPINS

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
123456790-!@#\$%^&*()_{}:<

A fonte da lacuinh. para materiais institucionais é a hurme geometric sans 1 e suas variações de peso e composição,
para materiais gráficos e digitais, é permitido utilizar a fonte poppins e suas variações.

espaçamento



Para facilitar a leitura e proteger a marca, foi definida a medida 2x para espaçamento mínimo entre a logo e títulos, marcas, textos, imagens e outros.

redução



W E B

2 2 x 2 4 , 5 p x

I M P R E S S Ã O

8 x 9 m m

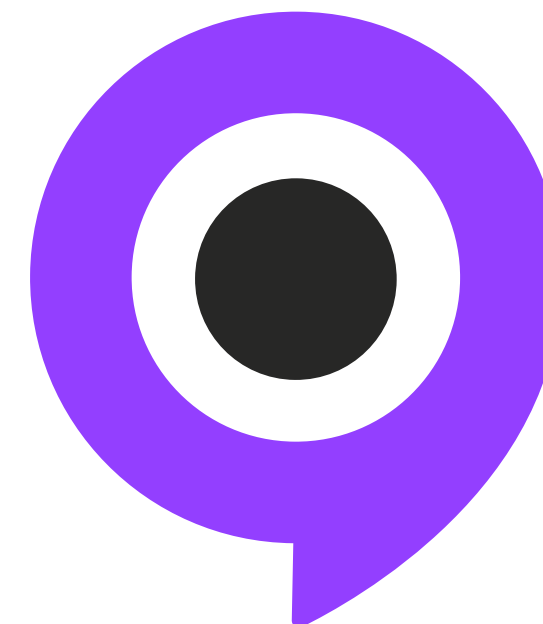


W E B

4 0 x 1 0 , 5 p x

I M P R E S S Ã O

1 5 x 4 m m



W E B

2 2 x 2 5 , 5 p x

I M P R E S S Ã O

8 x 9 m m

Para resguardar a visibilidade da marca, existem tamanhos mínimos permitidos para aplicações web e impressas.

assinaturas da marca



ASSINATURA
VERTICAL



ASSINATURA
HORIZONTAL



ÍCONE
DE APOIO

A assinatura vertical é a principal, portanto seu uso deve ser preferencial. A assinatura horizontal é a secundária, portanto deve ser usada quando não for possível o uso da horizontal. A utilização do ícone de apoio é liberado apenas quando não for possível o uso das duas assinaturas principais.

fundos

1.



2.



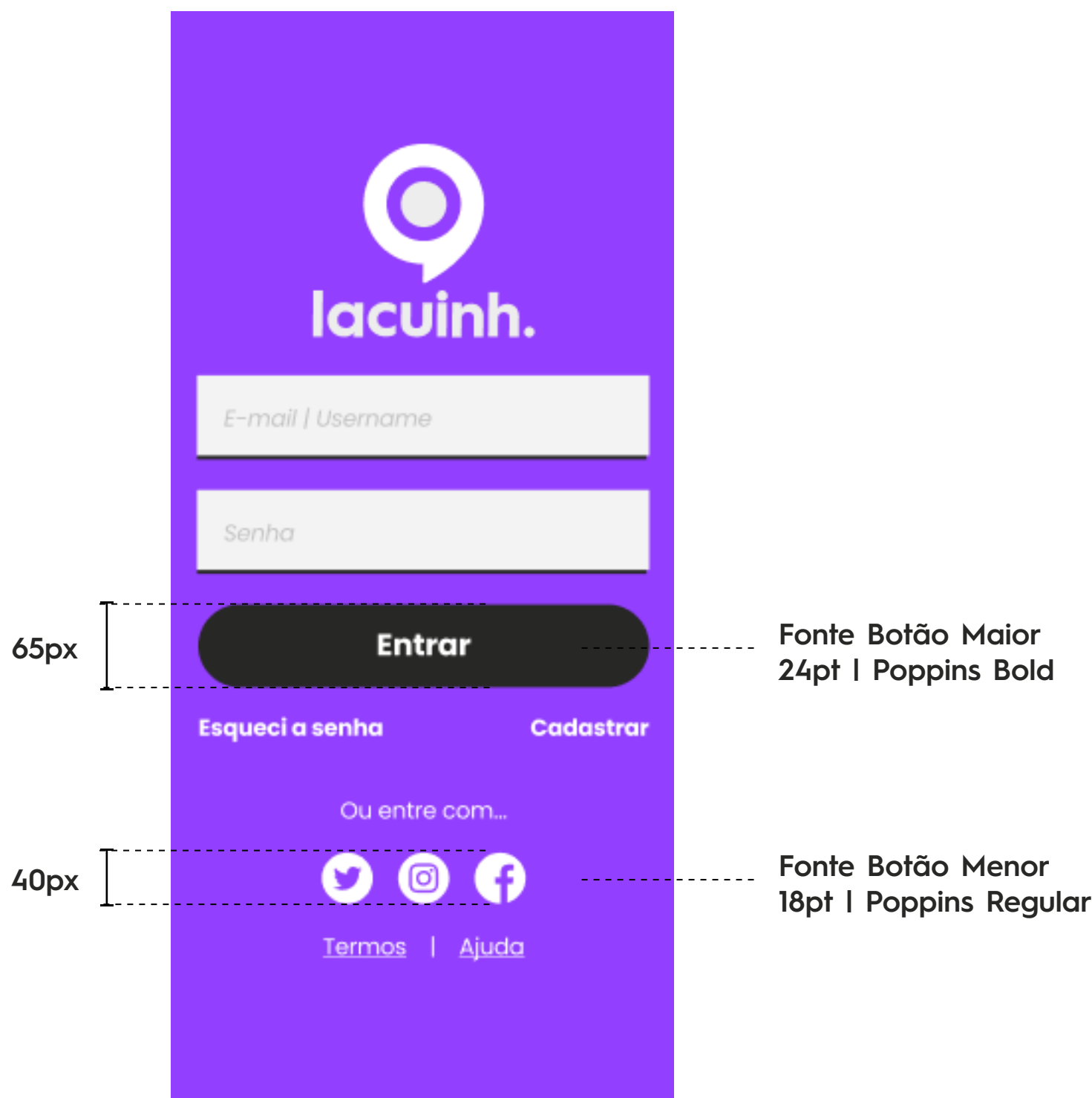
1. Uso principal em fundos de cores claras.

2. Uso principal em fundos de cores escuras e em materiais monocromáticos.

aplicativo

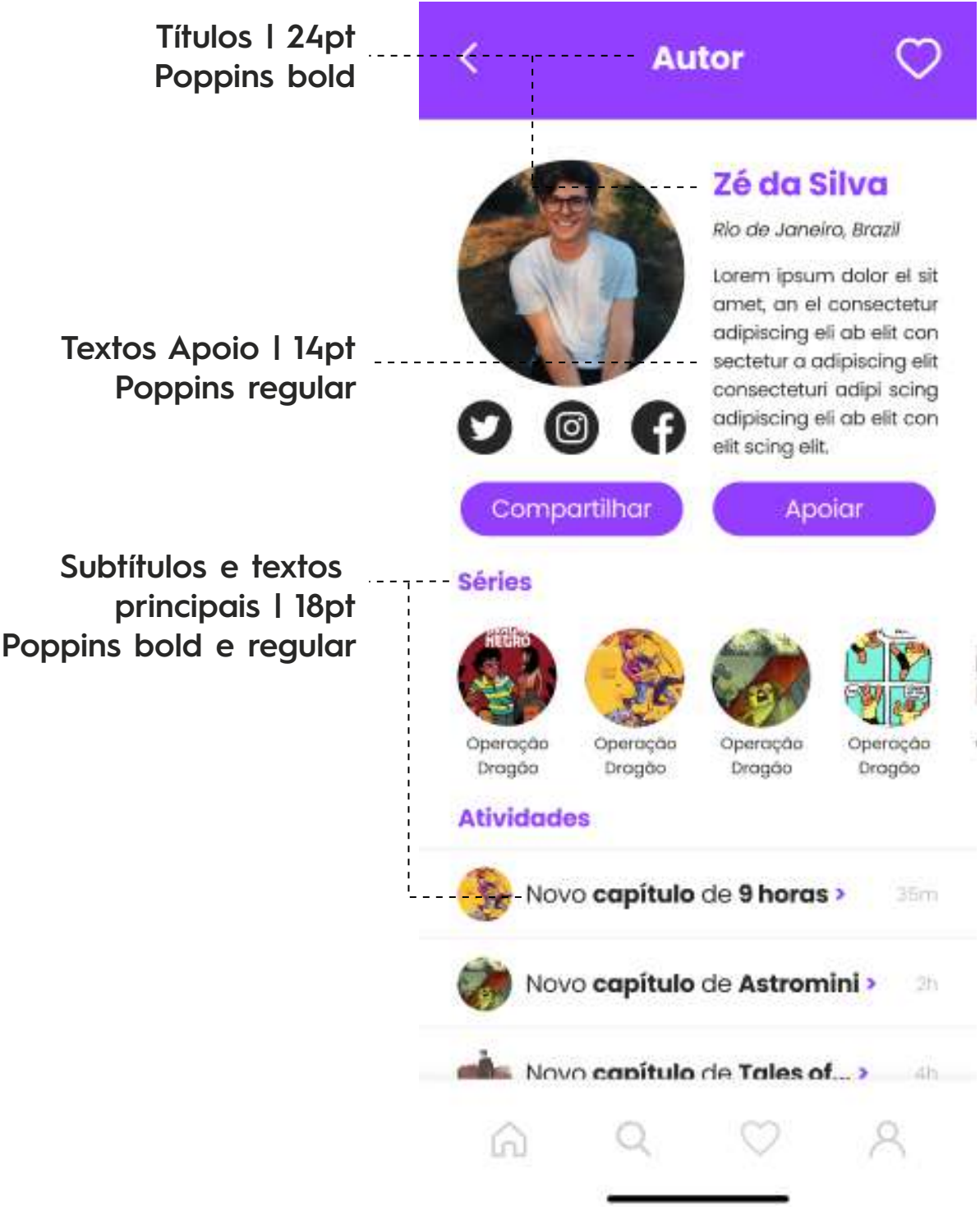


Foi definido um grid de 4 colunas com espaçamento de 20px e margem de 30px para as telas do aplicativo.

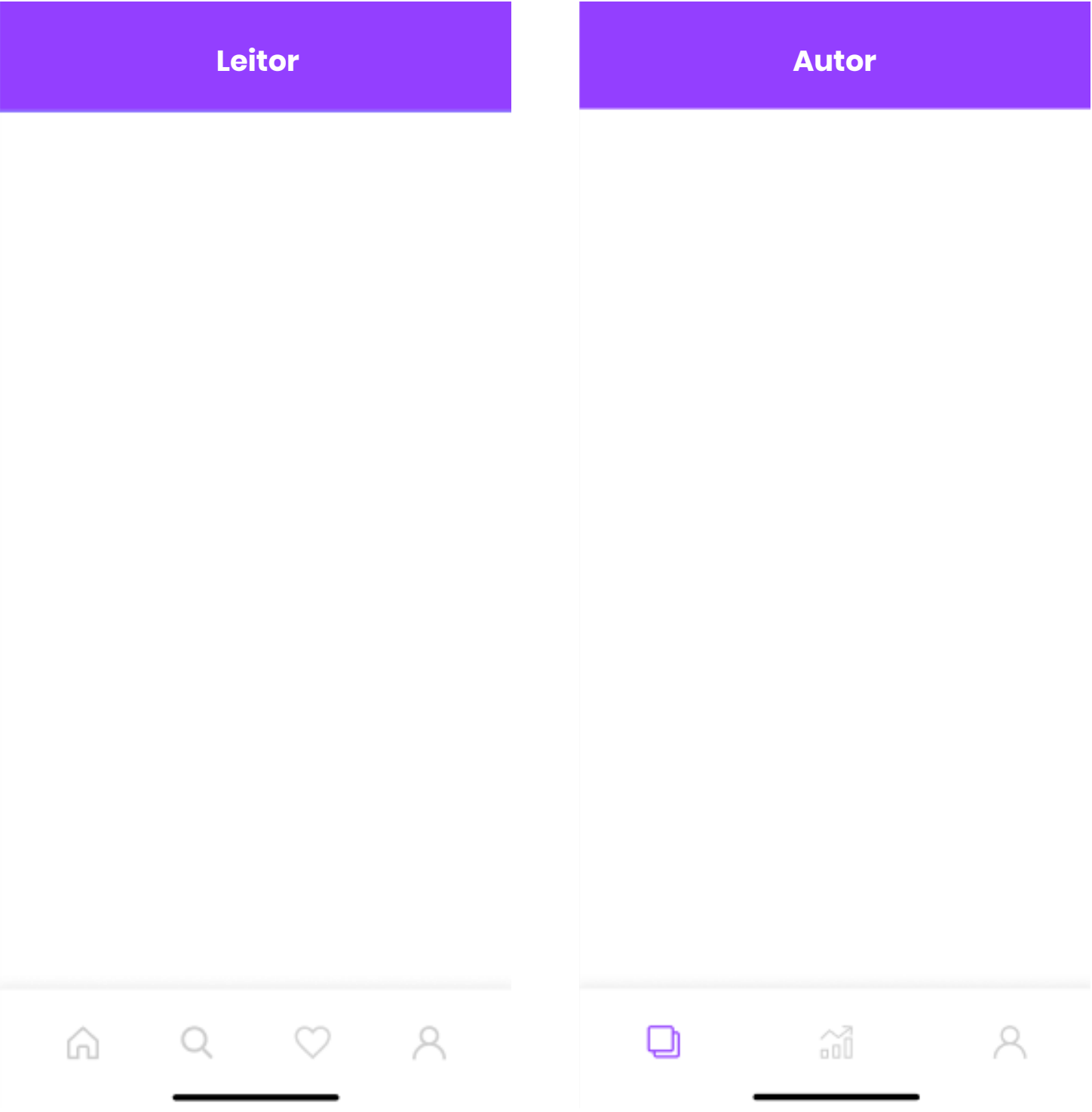


Foram definidos padrões de botões e tamanhos para cada tipo de tela e interação do usuário no aplicativo. Para os botões menores, ficou padronizado 40px de altura, e para os maiores, 65px.

aplicativo



Para títulos, substitulos e textos também foi definido um padrão de tamanho, peso e cores.



Para telas internas gerais, foi definido uma testeira e um rodapé padrão de acordo com o tipo de usuário (**leitor e autor**), podendo o **leitor** navegar por Home, Busca, Favoritos e Perfil e **autor** por Livraria, Estatísticas e Perfil.

Obrigado! :)



Esse manual é de consulta obrigatória para o uso da marca em aplicações de caráter gráfico. Para orientações não exemplificadas nesse manual, consulte o setor de marketing da lacuinh.

Análise de dados coletados na pesquisa

Perfil dos autores

- 1) De 63 entrevistados, **53 produzem quadrinhos autorais**.
- 2) Dos 53 artistas de quadrinhos, **28(52,8%) criam Tirinhas, 18(34%) produzem Séries, e 34(64,2%) produzem Oneshots/Graphic Novels**.
- 3) Dos 53 artistas de quadrinhos, **48(90,6%) utilizam plataformas online para publicar seu trabalho**.

- A pesquisa é focada nesses 48 autores.

Sobre publicação

- 1) Dos 48 artistas que utilizam plataformas online, **39(81,3%) utilizam redes sociais para publicar o trabalho**, enquanto **21(43,8%)** utilizam plataformas próprias para quadrinhos, **12(25%)** utilizam blog/site próprio/pessoal, **3(6,3%)** utilizam plataformas próprias para comunicação. **1(2,1%)** pessoa diz publicar pela Amazon/Kindle.
- 2) Dos criadores que utilizam redes sociais para publicar o trabalho, **38(97,3%) utilizam principalmente Instagram, e 28(71,7%) utilizam o Twitter**. Facebook aparece como rede social secundária com uma média de 11(28,2%) usuários.
- 3) Como alternativa, 9(23%) autores citam o Facebook, (20,5%)8 o Behance, **10(25,6%) o Instagram e 12(30,7%) o Twitter**.
- 4) A frequência de postagem nessas redes sociais é **principalmente semanal (21(43,7% dos) artistas)**, **diariamente vindo em segundo lugar com 11(22,9%) artistas**, e mensalmente com **8(16,6%) artistas**, os demais não tem precisão ou noção.

A maioria dos autores utilizam redes sociais para publicar seu trabalho, em sua maioria Instagram e Twitter, com uma frequência semanal.

Sobre monetização

- 1) Dos 48 artistas, **35(72,9%) dizem NÃO ter retorno financeiro pelo conteúdo publicado**.

- 2) Dos que tem retorno financeiro, 12(92,3%) tem retorno com venda direta da produção e/ou comissões, 4(30,7%) com alguma forma de assinatura, 2(15,3%) com AdSense e 2(15,3%) com doações de consumidores, 1(7,6%) cita patrocínio, 1(7,6%) cita o retorno que se dá com o conteúdo que é impresso.
- 3) Os que recebem doação **4** dizem que isso **raramente acontece, 9 dizem que quase nunca**. Isso destoa da resposta anterior, já que anteriormente apenas 2 revelaram receber doações dos leitores.
- 4) Dos que recebem doação, **4 recebem através de plataformas próprias para doação/transferência financeira**(ko-fi, paypal, picpay), **3 utilizam plataformas online de financiamento**(Catarse, APOIA-se), **2 disponibilizam dados bancários**. Isso destoa da resposta anterior, já que anteriormente apenas 2 revelaram receber doações dos leitores.

A maioria dos artistas não consegue ter retorno financeiro com seu trabalho, e os que tem contam mais com a venda de conteúdo. O que pode demonstrar uma necessidade de alternativa mais rentável.

Sobre compartilhamento e autoria

- 1) Dos 48 autores, **42(87,5%) tem seu trabalho compartilhado em redes sociais**.
- 2) Desses 42, em primeiro lugar, **18(42,8%) dizem que seus seguidores sempre compartilham** o conteúdo quando é postado, em segundo lugar **10(23,8%) deles dizem que às vezes tem seu conteúdo compartilhado**(por volta de 50% das vezes), **9(21,4%) dizem que isso acontece raramente**(por volta de 20% das vezes), **5(11,9%) dizem que isso ocorre quase nunca**.
- 3) Ao serem perguntados sobre receberem créditos autorais a terem o trabalho compartilhado, 48 responderam, 42(87,5%) dizem que recebem os créditos autorais, 1(2,08%) diz que não recebe, 5(11,9%) dizem que não tem o trabalho compartilhado.
- 4) Sobre a frequência em que recebem créditos, 25(52,08%) dizem que recebem sempre, 12(25%) dizem que recebem às vezes(por volta de 50% das vezes), o restante diz que raramente ou quase nunca recebe créditos.
- 5) Dos 48 autores, até mesmo aqueles que não tem seu trabalho compartilhado, **47(97,9%) dizem que é muito importante receber créditos pelo próprio trabalho**, 1(2,1%) diz que é um pouco importante, nenhum desconsiderou receber créditos.

A maioria dos artistas tem seu trabalho compartilhado nas redes sociais, com uma frequência de média à alta, recebendo créditos na maioria das vezes (com algumas exceções mais sérias relatadas discursivamente na pesquisa). Receber créditos é de suma importância para esses artistas.

Sobre uma plataforma para quadrinhos

- 1) Dos 48 autores, **34(70,8%) conhecem uma plataforma voltada para quadrinhos independentes**. As duas plataformas majoritariamente mencionadas foram Tapas e Webtoon, ambas são internacionais e coreanas.
- 2) 32(66,6%) dos autores declararam ter alto interesse em uma plataforma voltada para quadrinhos independentes, enquanto o segundo maior número, 12(25%) deles dizem também ter interesse pois podem considerar útil essa possibilidade. A minoria restante apresentou baixo ou nenhum interesse.
- 3) Todos os autores apresentaram interesse em retorno financeiro pelo seu trabalho, uma maioria de 29(60,4%) considera isso de suma importância, 15(31,25%) gostariam mas não tem isso como foco, 4(8,3%) dizem que o interesse é baixo pois consideram sua arte como hobby.
- 4) Uma maioria de 30(62,5%) tem total interesse numa plataforma que permita publicar e monetizar, 13(27,1%) tem interesse médio e consideraria utilizar, 5(10,4%) tem interesse baixo e talvez considerasse utilizar, com ausência de interesse nulo.
- 5) 40(83,3%) considera essencial que a plataforma garanta os créditos autorais no compartilhamento feito através dela, 7(14,6%) dizem ter interesse médio pois apenas consideram uma boa ideia, 1(2,1%) diz ter baixo interesse pois não considera importante, ausência de interesse nulo.
- 6) Os artistas fizeram adendos sobre quererem um pagamento justo pelo trabalho publicado, uma plataforma com boa usabilidade, e um melhor algoritmo e interface que indique novos conteúdos e notifique os leitores sobre conteúdo novo, algo como um netflix para quadrinhos.

Tapas e Webtoon surgiram como plataformas de concorrência indireta, já que são internacionais, ambas funcionam com adsense e sistema de tokens para doação. A maioria dos artistas apresentaram interesse numa plataforma nacional dedicada a quadrinhos independentes, a maioria considera retorno financeiro algo importante, a maioria considera essencial que a plataforma dê créditos ao permitir compartilhar.

Perfil dos leitores

- 1) De 170 pesquisados, 166(97,6%) consomem quadrinhos por plataformas online.

<https://docs.google.com/forms/d/1PCtJpHqCWR64MiEZCV68JiHw2NuW2lOmT4Ah9FJNA0o/edit?usp=sharing>

- 2) Dos 166 leitores ao serem perguntados sobre o consumo dos tipos de HQs, **mais de 50% consomem muito ou principalmente Tirinhas Nacionais e Independentes, e em segundo lugar Tirinhas Internacionais e Independentes**, Séries Nacionais e Independentes aparecendo em segundo lugar junto de Séries Internacionais e Independentes em terceiro como sendo consumidas periodicamente. As respostas foram dadas em gráficos de escala, o resultado é muito grande e extenso para mostrar aqui até como imagem.

- 3) **155(93,4%) dos leitores acompanham seus artistas favoritos nas plataformas online.**

A maioria dos leitores consome quadrinhos e acompanha artistas através de plataformas online, sendo tirinhas independentes o tipo de conteúdo mais consumido, com séries independentes vindo em segundo lugar.

Sobre acompanhamento

- 1) **Dos 155 leitores que acompanham os autores online, 150(96,7%) dos leitores** consomem quadrinhos e/ou acompanham artistas através das redes sociais, **71(45,8%) fazem isso através de plataformas** voltadas para quadrinhos, 37(23,9%) pelo site pessoal do artista, 14(9%) utilizam plataformas próprias para comunicação.
- 2) Dos que utilizam redes sociais para acompanhar, 134(87%) utilizam principalmente o Twitter, 107(69,5%) o instagram, 19(12,3%) o Facebook. Como meio secundário de acompanhar, 46(37,7%) citam o Facebook, 47(38,5%) citam o Instagram, 44(36,1%) o Twitter, 22(18%) o Reddit, 9(7,4%) o Behance.

- 3) 96(62,3%) alegaram já ter tido problemas algumas vezes para acompanhar o conteúdo de seus artistas favoritos, 37(24%) alegaram que frequentemente deixam de acompanhar algum conteúdo porque não é mostrado em seu feed, 16(10,4%) dizem que a frequência de problemas é baixa, 5(3,2%) dizem que não tem problemas.

A maioria dos leitores consome quadrinhos através das redes sociais, Twitter e Instagram sendo as redes mais utilizadas. A maioria relata já ter tido problemas para manter-se em dia com o conteúdo que seguem.

Sobre compartilhamento

- 1) Dos 166 entrevistados, 124(74,7%) dizem que compartilham as HQs que leem online.

Segue o resto dessa seção com os 124 que compartilham

- 2) Desses que compartilham, 90(72,6%) compartilham publicamente em suas redes sociais, 82(66,1%) enviam diretamente para contatos por mensagem, 64(51,6%) compartilham para amigos/seguidores em redes sociais, 37(29,8%) compartilham em grupos privados com interesses em comum.
- 3) Desses que compartilham, 56(45,2%) não sabem definir a frequência, enquanto em segundo lugar 34(27,4%) definiu uma frequência semanal, e 23(18,5%) diariamente.
- 4) Desses que compartilham, 81(65,3%) dizem que costumam dar créditos autorais ao artistas pois compartilham do próprio perfil deles, 34(27,4%) alega que dá os créditos manualmente se for preciso, a minoria restante alega que dá crédito às vezes.
- 5) Desses que compartilham, uma maioria de 66(53,2%) diz que não acompanha páginas ou grupos dedicados a fazer esse tipo de compartilhamento. Os que acompanham dizem que em maioria essas páginas costumam dar crédito aos artistas.
- 6) 113(91,1%) diz que o compartilhamento das HQs costuma ser inalterado, 39(31,5%) diz que há o compartilhamento de um recorte específico da HQ, 11(8,9%) compartilham a página ou tira com pequenas alterações.
- 7) 72(58,1%) dizem que o motivo para se alterar uma HQ compartilhada é acrescentar os créditos ao artista, 52(41,9%) dizem que seria para selecionar apenas um segmento que mais agrada, 45(36,3%) diz que seria para alterar o conteúdo de forma cômica.

- 8) 101(81,5%) diz que faz o compartilhamento através da própria plataforma em que estão consumindo a HQ, 46(37,1%) dizem que fazem captura de tela, 52(41,9%) dizem que fazem o download da própria imagem.
- 9) Ao serem indagados sobre a inconveniência de terem de utilizar mais de uma plataforma/software para editar e compartilhar as HQs que compartilham 67 responderam, 25(37,3%) dizem que não ligam, 37(55,2%) apresenta incômodo por isso, sendo que pelo menos metade desses gostaria de poder fazer isso com mais praticidade e alguns(20% do total) deixam de compartilhar por conta desse incômodo.

A maioria dos leitores compartilha o conteúdo que consome, sendo isso feito especialmente em redes sociais ou diretamente com contatos através de mensagens. A maioria acredita que realiza esse compartilhamento semanalmente, e na maioria dos casos esse compartilhamento tem créditos autorais por serem feitos diretamente de sua origem, esse compartilhamento na maioria das vezes costuma ser inalterado.

Sobre gastos

- 1) Dos 166 pesquisados, uma maioria de 96(57,8%) pessoas alega não ter gastos financeiros com HQs.
- 2) Dos que têm gastos, 70, 12(17,1%) dizem consumir conteúdo pago online frequentemente, enquanto 36(51,4%) dizem que isso acontece periodicamente ou poucas vezes, o restante diz que não consomem.
- 3) 43(72,9%) dizem que esse consumo pago foi feito através de compra ou comissão direta com o artista, enquanto 14(23,7%) dizem que é feito através de assinatura em uma plataforma, e 14(23,7%) dizem que esse consumo é feito por financiamento direto ao artista.
- 4) Uma maioria de 45(62,8%) diz que dá ou já deu suporte financeiro a artistas através de doação por conteúdos gratuitos.
- 5) Os que responderam que não prestaram esse suporte(50 pessoas), ou que prestaram poucas vezes, justificam por: 30(60%) falta de condição financeira, 22(44%) citam a falta de praticidade ou incômodo de ter de utilizar/cadastrar/migrar entre diferentes plataformas para realizar uma doação.

Uma minoria relevante diz ter gastos com quadrinhos, dentre esses a maioria não tem gastos frequentemente, é algo periódico. A maioria dos que têm gastos preferem que esse investimento seja feito diretamente aos artistas. A maioria deixa de investir em quadrinhos por falta de recursos e praticidade.

Sobre uma plataforma para quadrinhos

- 7) Dos 166, 107(64,5%) dos leitores não conhecem uma plataforma voltada para quadrinhos independentes. Os que conhecem citam principalmente Tapas e Webtoon.
- 8) 73(44%) já utiliza uma plataforma ou tem alto interesse de começar a usar, 73(44%) tem interesse e consideraria utilizar, 20(12%) tem pouco ou nenhum interesse.
- 9) 81(48,8%) dos leitores gostariam de poder ajudar financeiramente os artistas quando possível, enquanto 65(39,2%) acha essencial e gostaria de poder ajudar sempre. 18(10,8%) não consideram isso uma prioridade.
- 10) 75(45,2%) considera que seria conveniente poder ler as HQs e compartilhá-las através de uma mesma plataforma, enquanto 54(32,5%) acha que isso é essencial, 32(19,3%) dizem que tem baixo interesse e talvez considerassem utilizar, o restante não tem interesse algum.
- 11) 153(92,2%) considera que é uma prioridade e seria ótimo uma plataforma que garantisse os créditos do artista ao compartilharem as HQs, o restante tem médio ou pouco nível de prioridade pra isso, nenhum nulo.
- 12) 124(74,7%) consideram essencial facilitar e acelerar a forma como os artistas recebem suporte financeiro.
- 13) Considerações adicionais envolvem o interesse por uma plataforma 'à la' Netflix de quadrinhos, com recomendações, tags e categorias, e uma boa usabilidade com uma leitura fluída, e a possibilidade de dar suporte financeiro sem gastar dinheiro (com adsense ou pontos, por exemplo).

A maioria dos leitores não conhece uma plataforma voltada para quadrinhos independentes, os que conhecem citam Tapas e Webtoon, que seriam concorrentes indiretos por serem internacionais. A maioria apresenta médio a alto grau de interesse em utilizar uma plataforma do tipo, a maioria também gostaria de poder ajudar financeiramente seus artistas favoritos e poder fazer isso numa mesma plataforma com mais praticidade, incluindo a possibilidade de compartilhar o conteúdo consumido nas redes sociais com créditos garantidos ao artista respectivo.